

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL

ISSN: 2630-0478 (Print) ISSN: 2773-9880 (Online)



สารสาร

สหวิทยาการสังคมศาสตร์ และการสื่อสาร

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2565)



วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL (ISSC)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2565

ISSN: 2630 - 0478 (Print) ISSN: 2773 - 9880 (Online)

เจ้าของ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

41 หมู่ที่ 5 ถนนรักศักดิ์มงคล ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบบทความวิจัย บทความ วิชาการของคณาจารย์ นักศึกษา ในระดับบัณฑิตศึกษาตลอดจนนักวิชาการทั่วไปในสาขาวิชา สังคมศาสตร์สาขาวิชาครุศาสตร์สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์สาขาวิชา มนุษยศาสตร์สาขาวิชานิติศาสตร์สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชา รัฐศาสตร์สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉฉวี ทองอร่าม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สันติสิทธิ์ บริวงศ์ตระกูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวรัชชนก แพทย์นิมิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรสรณ์ เจียดำรง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลเนตร ทะกอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสงี่ยมณี

อาจารย์ ดร.เหมือนฝัน คงสมแสง

อาจารย์ทิพนาด ชาริรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ชันธไชย

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล พงษ์ว่า

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรรยา เหลียวตระกูล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ขุนศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภรณ์ สีนจรรย์ศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ บัวเผื่อน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาถรพี ชัยมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติกร ภูมิปฐมกุล
นาวาอากาศเอก ดร.อัมพร เพ็ชรราช
อาจารย์ ดร.กฤษณะ เชื้อชัยนาท
อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
อาจารย์ ดร.กังวาล พองแก้ว
อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุณหโสภาค
อาจารย์ ดร.ดุขฎี นิลดำ
อาจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล
อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
ดร.มนัสนันท์ พจน์จิราบุญกุล
นาวาอากาศเอกสาธิต ชีววงกุล
พันตำรวจเอก กฤตธัช ชนะสิทธิ์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยการทัพอากาศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
นักวิชาการอิสระด้านนิเทศศาสตร์
วิทยาลัยการทัพอากาศ
ตำรวจภูธรจังหวัดลพบุรี

กองบรรณาธิการพิจารณาตรวจสอบภาษาอังกฤษ

อาจารย์อังศุมาริน สุชัยรัตนโชค
Dr.Adi Shaked

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสาวพินนภัทร์ เมธัชชัย

ออกแบบปก

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เลี้ยงมณี

จัดหน้า

นายณจักร วงษ์ยัม

วาระการตีพิมพ์ ปีละ 4 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม
ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน
ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 300 เล่ม

การเผยแพร่ฉบับ on-line

www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

การส่งต้นฉบับ

อีเมล journalofcommarts@rbru.ac.th

เว็บไซต์ www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

โทรศัพท์ 081 374 3100, 081 590 3639

พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์คำนำ บริษัท ดีไซน์เบอรี่ จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 248/7 ซอยมิตตคาม ถนนสามเสน
แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 02-884-5933-4

ราคา

ฉบับละ 150 บาท

คำชี้แจง

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารนั้น ต้องผ่านการพิจารณา
ให้ความคิดเห็นรวมทั้งตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์และ ผู้นิพนธ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double
BlindPeer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์อย่างน้อย 3 ท่าน

**** ข้อความ ข้อคิดเห็น หรือข้อค้นพบ ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร
เป็นของผู้เขียน ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ
ที่อาจเกิดขึ้นจากบทความและงานวิจัยนั้น ๆ โดยมิใช่ความรับผิดชอบ
ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ****

บทบรรณาธิการ

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2565) ประกอบไปด้วยบทความวิจัย จำนวน 16 บทความ บทความวิชาการ 1 บทความ โดย บทความวิจัย ได้แก่ 1) การศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านของนักเรียนประถมศึกษา ปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E 3) แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี 4) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์กู่ จังหวัดนครราชสีมา 5) พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร 6) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 7) การออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ 8) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย 9) การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 10) แรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จังหวัดปราจีนบุรี 11) การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน 12) การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี 13) กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร 14) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 15) ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐศึกษาเฉพาะพื้นที่เทศบาลตำบลขากไทย อำเภอเขาชัยภูมิ จังหวัดจันทบุรี 16) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในตำบลคลองเขื่อน อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา และ บทความวิชาการ เรื่อง บทบาทของสตรีที่มีต่อนาฏศิลป์ไทย

กองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ต้องขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ได้ส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ช่วยประเมินบทความในวารสารฉบับนี้ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้



(อาจารย์ ดร.สันตสิทธิ์ บรวิงษ์ตระกูล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

1	การศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 1 <i>เกียรติยศ เฉลิมพงษ์ และ เทพิกา รอดสการ</i>	
2	การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนประถมศึกษา ปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการ สอนแบบ 5E 14 <i>ขวัญใจ ท่าประจักษ์, เจริญวิชัย สมพงษ์ธรรม, ศิริพร อยู่ประเสริฐ และ รุจิรัตน์ บวรธรรมศักดิ์</i>	
3	แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดจันทบุรี 23 <i>จเร เกื้อนพวงแก้ว, จำเริญ คังคะศรี, อรพรรณ ถาวรยุศม์, ภูมิพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา และ อังศุมาริน สุขย์รัตนโชค</i>	
4	การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอบึงขัง จังหวัดนครราชสีมา 33 <i>ชฎาพร ชีมาอุตมากร และ เสาวนีย์ สมันต์ศรีพร</i>	
5	พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทย ทางสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร 41 <i>ณัฐไวภพ ฐณะพงศ์ภักดิ์ และ ปรีชา พันธุ์เน่น</i>	
6	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจ เดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 50 <i>กิตติรัตน์ พิมพาภรณ์ และ วีระยุทธ พิมพาภรณ์</i>	
7	การออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับผู้ผลิตสินค้าจากธรรมชาติ 61 <i>ธนพล เนียมคง, ปิณลัน ปุณณประภา และ นพดล อินทร์จันทร์</i>	
8	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย 72 <i>พรรษา เครือคล้าย และ นพดล อินทร์จันทร์</i>	
9	การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 82 <i>รมิดา กาญจนะวงศ์, นงนุช วงษ์สุวรรณ และ วิภาวรรณ กลิ่นหอม</i>	

สารบัญ

10	แรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จังหวัดปราจีนบุรี 91 <i>ลือธวัช จันทร์พล และ ชำนาญ ทองเย็น</i>	91
11	การพัฒนากระบวนการซื้อขายเชิงสืบสวน 103 <i>เสกสรรค์ ประเสริฐ และ ปรีชา พันธุ์แน่น</i>	103
12	การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี 115 <i>อภิวรรณ ศิรินันทนา</i>	115
13	กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร 126 <i>อรุณ ศรีระยับ, อรุณ รักธรรม, เพ็ญศรี ฉิรินัง และ ชาญ ธาระวาส</i>	126
14	แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 139 <i>ศรีตรินทร์ นรเศรษฐ์โสภณ, รัชนีวรรณ สุจริต, วิริยา บุญมาเลิศ และ สิทธิชัย พินธุมะ</i>	139
15	ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือ ที่เหมาะสมจากรัฐ ศึกษาเฉพาะพื้นที่เทศบาลตำบลชากไทย อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี 149 <i>อาทิตยา โภคสุทธิ, ทศนีย์ เงินสุข และ ปัทมา มัญจนากร</i>	149
16	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน ในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา 162 <i>วิชุดา จันทร์เวโรจน์, กิตติวงศ์ สาสวด และ ณัฐ สบายสุข</i>	162
บทความวิชาการ		
17	บทบาทของสตรีที่มีต่อนาฏศิลป์ไทย 171 <i>นภัสรณ์ มิตร์ธีรโรจน์ และ สุรพล วิรุฬห์รักษ์</i>	171

การศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

A study of hmong funeral music of keknoi sub-district,

khao khodistrict, phetchabun province

เกียรติยศ เฉลิมพงษ์¹ และ เทพิกา รอดสการ²

Kiattiyod Chalermpong and Tepika Rodsakan

Article History

Received: September 30, 2021

Revised: October 25, 2021

Accepted: February 2, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดหมาย 1) เพื่อศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาบทบาทของดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ที่มีต่อวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่าดนตรีในการประกอบพิธีกรรมศพชาวม้งเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีบทเพลง 3 เพลง ได้แก่ เพลงคือ 1) เพลงรอยเท้าที่หายไป บทเพลงโหมโรงเช้า 2) บทเพลงม้ง กลางวัน 3) บทเพลงม้ง ตอนเย็น เพลงเหล่านี้มีลักษณะของบทเพลงที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมศพชาวม้ง ที่สามารถสื่อถึงคนรักจาก เปรียบเสมือนดนตรีเชื่อมถึงดวงจิตวิญญาณเพื่อนำทางไปสู่ปรโลกได้ ทำนองแต่ละเพลงมีทำนองหลักเพียงทำนองเดียวมีความชัดเจนในบริบทของทำนอง มีเสียงหนักเบา และจังหวะที่ซ้ำ โดยมีลีลาของจังหวะและทำนองดำเนินไปอย่างเรียบง่าย ตามรูปแบบในการจัดพิธีในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ เครื่องดนตรีหลัก ได้แก่ แคนม้งและกลองม้ง ในการทำประกอบพิธีกรรมศพชาวม้ง หมู่บ้านเข็กน้อย มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายตามลักษณะทางกายภาพของชาวเขาหมู่บ้านเข็กน้อย โดยความสัมพันธ์ของดนตรีแคนม้งและกลองม้ง ยังคงอยู่ในพิธีกรรมศพและพิธีกรรมของชาวม้ง สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

คำสำคัญ: ดนตรีพิธีศพ ชาวเขาเผ่าม้ง เข็กน้อย

¹ นักศึกษาปริญญาโท, คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Master's degree, Faculty of Fine Arts Srinakharinwirot University

E-mail: Bankmusic364@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Fine Arts Srinakharinwirot University

Abstract

This research aims to study the funeral music of Hmong people, the Culture and context of the Little Hmong hill tribe in performing funerals, studying the role of music And an analysis of the music used for funeral rituals for hill tribe people in the Khek Noi Sub-district, Khao Kho District, in Phetchabun Province. The results of the study showed that the music of the Hmong Khek Noi people, had three songs. There songs include: 1) Hmong song. Morning Prelude 2) Hmong day Song 3) Hmong Song they have the same characteristics of those used in Hmong funeral rites, The music is a sound that can conveys saying goodbye to someone you love, music that connects the soul to the Hereafter. These songs are played with inherited Khmong instruments, and each melody has one main melody. The melody may be changed as appropriate. It is clear in the context of the melody. There is a heavy voice and a slow rhythm. according to the format of the ceremony in various periods. Funeral music for the little Hmong people in general and in local and nearby areas, with a simple style of rhythm and melody the instruments use in funeral convey ritual, belief, and faith. The Cantonese music genre can be linked to the soul, the melody conveys the soul of the deceased by using the music as a guide. the main instruments include the Hmong drums which have two main instruments for performing funeral rituals for the Hmong people in Khek Noi village. Is consistent with a simple lifestyle According to the physical characteristics of the hill tribe of Khek village until it has inherited the blowing of the Khmong in the funeral area. Of a new generation of youth There is little, which indicates the traditional culture of the little Hmong Khek hill tribe has faded. According to the living conditions of the urban society. As a result, Hmong hill tribe people who have been influenced by popular in western and modern music until they forget their traditional music. In the funeral ritual of the little Hmong Khek, the later Hmong hill people have been influenced by people do not like to dress in local clothes. by popular western and modern music until they forget, there traditions music in funeral rituals of the Hmong may be lost. Despite to the changing conditions of society, there are still senior musicians and traditional Hmong song are still played in funeral rites today.

Keyword: Funeral music, Hmong hill, tribe.Keknoi

บทนำ

ดนตรีเป็นเสียงที่สื่อให้เกิดการตอบสนองทางด้านอารมณ์แล้วถ่ายทอดมาเป็นความรู้สึกและเป็นความสุนทรีย์ของมนุษย์ทุกกลุ่มชาติพันธุ์มาอย่างยาวนาน และสรรพสิ่งบนโลกนี้ล้วนมีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อให้มนุษย์มีการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขมนุษย์มีหลายเชื้อชาติหลายชนเผ่าเป็นเวลาที่ยาวนานที่เผ่าพันธุ์มนุษย์ได้มีการแลกเปลี่ยนการใช้ชีวิตที่มีความสุขกับธรรมชาติ นั่นคือวิถีทางของแต่ละศาสนาและชนเผ่าพันธุ์ซึ่งถือกำเนิดมาตามลักษณะภูมิประเทศและแต่ในทวีปนั้น มนุษย์ได้นำดนตรีเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตและกระบวนการทางวัฒนธรรมซึ่ง

เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา ต่างก็มีวัฒนธรรมทางดนตรีซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะองค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรมของตน พัฒนาการทางดนตรีของชนเผ่าต่าง ๆ จะสัมพันธ์กับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของเผ่าเหล่านั้นด้วย (พูนพิศ อมาตยกุล, 2529, น. 7)

ประวัติศาสตร์ของพิธีกรรมหลังความตายของชนเผ่าม้งเข็กน้อยได้เกิดขึ้นในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 1800 เมื่อการค้าฝิ่นเจริญรุ่งเรืองขึ้นในสมัยราชอาณาจักรลาวได้ส่งผลต่อจำนวนเครื่องเล่นสังเวยที่มีมากขึ้นการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถสื่อให้เห็นได้ถึงภาวะอำนาจของการเมืองและเศรษฐกิจที่เริ่มเข้ามา

มีคือสิ่งที่มีบทบาทในพิธีกรรมและวัฒนธรรมของชนเผ่าม้ง ในยามสงครามการประกอบพิธี มีเพียงการฝังดินแบบง่าย ๆ และจุดธูปธูปไฟให้เป็นควันก่อนการฝังเพื่อการบูชาศพเท่านั้น ในช่วงระยะจินตนาการใหม่การผ่อนปรนในด้านวัฒนธรรมได้ส่งผลต่อพิธีกรรมความเชื่อในด้านพิธีกรรมหลังความตายนั่นชนเผ่าม้งซึ่งสามารถที่จะใช้ธรรมเนียมปฏิบัติดั้งเดิมของตนได้อย่างอิสระมากขึ้นในช่วงปี ค.ศ.2012 นั้นน่าจะมีการเริ่มการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลต่อองค์ประกอบของพิธีกรรมในด้านวัตถุรูปแบบในพิธีกรรมหลังความตายแบบดั้งเดิมนั้นยังคงปรากฏอยู่สืบเนื่องมาจนถึงยุคปัจจุบันคือขั้นตอนของการเตรียมศพ การบูชาศพและการฝังศพ ด้านเวลากระบวนการต่าง ๆ ในการเตรียมศพจะต้องเสร็จสิ้นภายในหนึ่งวันการจัดเตรียมสถานที่ที่จะเริ่มตั้งแต่การจัดเตรียมแท่นบูชาบรรพบุรุษซึ่งอยู่ตรงหน้าทางเข้าประตูบ้านและมีการจัดวางเครื่องเช่นต่าง ๆ ไว้ในตำแหน่งที่กำหนด ด้านบุคคล ประกอบไปด้วยคนเตรียมศพ คนจัดเตรียมโลงศพ คนจัดหาเสบียงอาหารสำหรับพิธีศพ คนรับแขกและคนที่จะประกาศข่าวการตาย ด้านวัตถุ ประกอบไปด้วยวัตถุที่อยู่ภายในส่วนโลงศพ และวัตถุที่อยู่ภายนอกส่วนโลงศพ วัตถุที่อยู่ในโลงศพ ถูกจัดเตรียมไว้ตั้งแต่ในขั้นของการเตรียมศพ วัตถุที่อยู่นอกโลงศพนั้นจะถูกจัดเตรียมภายหลัง เมื่อมีการใช้กระดาษสาสีขาว หรือผ้าขาวปิดหน้าหิ้งของบรรพบุรุษเสียก่อน เพื่อเป็นการแสดงความเคารพต่อบรรพบุรุษ ด้านการเปลี่ยนแปลง ในช่วงปีคริสต์ศักราช 1975 มีลักษณะปรากฏสอดคล้องกันอยู่กับเหตุการณ์สำคัญในทางประวัติศาสตร์นั่นคือความเจริญรุ่งเรืองในช่วงการค้าฝิ่นและความเสื่อมถอยในยุคสงครามซึ่งลักษณะของการเปลี่ยนแปลงปรากฏอยู่ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านขั้นตอนการปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงทางด้านบุคคลและการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัตถุในช่วงระยะยุคจินตนาการใหม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสถานที่ในการฝังศพที่มีการจัดสรรที่ฝังศพให้โดยรัฐและด้านวัตถุ คือเครื่องเช่นที่ปรากฏถึงการใช้น้ำอัฐมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในเครื่องเช่นด้วยในยุคปัจจุบันปรากฏถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปแบบการฝังศพและวัตถุเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งนั่นก็คือเหล่าขาม้งซึ่งได้กลายมาเป็นเครื่องเช่นชนิดใหม่ที่เข้ามา มีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมหลังการตายของชนเผ่าม้ง พิธีกรรมศพขาม้งเมื่อกล่าวถึงในด้านวัฒนธรรมการใช้เครื่องดนตรีมาบรรเลงในการประกอบพิธีเครื่องดนตรีเค่ง (แคนขาม้ง) จะ

สามารถสื่อถึงอารมณ์และแสดงออกมาทางด้านความคิดและความต้องการของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันนั้น ทำให้ดนตรีของขาม้งถูกนำมาเพื่อสื่อถึงห้วงแห่งอารมณ์เพื่อความบันเทิง เพื่อรักษาเยียวยาในการรักษาผู้ป่วยโดยเฉพาะสังคมชาวบ้านและชนเผ่า บ้างก็ใช้ดนตรีเพื่อก่อให้เกิดความฮึกเหิมและพลังเพื่อต่อสู้ในการสู้รบ ดังนั้นดนตรีจึงมีผลในเรื่องของจิตใจโดยตรง ลักษณะของดนตรีที่ถ่ายทอดออกมาจึงขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมที่ยึดถือปฏิบัติของแต่ละเขตพื้นที่อันอุดมและหนาแน่นด้วยวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เรื่องราวดนตรีประกอบพิธีกรรมศพขาม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อนั้นน่ามีความน่าสนใจอย่างมาก ทั้งในด้านวัฒนธรรม ประเพณีที่มีความน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนจะเห็นได้ว่าการประกอบพิธีกรรมการเล่นดนตรีแคนม้งเป็นประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน จะเห็นได้ว่าพิธีกรรมการบรรเลงแคนม้งในพิธีศพขาม้งนั้นเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งฉะนั้นการเป่าแคน ขาวเขาเผ่าม้งถือว่าเป็นศิลปะและสุนทรียศาสตร์อย่างหนึ่งที่แสดงออกมาทางความคิดและอารมณ์ที่สื่อบอกอย่างงดงามชวนติดตามและแสดงออกมาเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้ชัดเจนและก็บ่งบอกความเป็นชนชาติพันธุ์อื่น ๆ ก็ว่าได้ จึงทำให้ชาวเขาเผ่าม้งมีความภูมิใจเป็นอย่างมากซึ่งสอดคล้องกับ มนเทียร รุ่งหิรัญ ได้สัมภาษณ์, มีนาคม 2548 (อ้างอิงใน นภดล ศักดิ์เจริญชัยกุล, 2538) กล่าวว่า เค่งเป็นศาสตร์ชั้นสูงของขาม้ง การเป่าพร้อมกับเต้นเป็นความงามอย่างหนึ่งที่มั่งคั่ง ชอบโดยเฉพาะในอดีตผู้ที่สามารถเป่าแคนได้จะเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นเนื่องจากฝึกเป่าแคนเมื่อสำเร็จแล้วจะต้องมารับใช้สังคมและการเป่าแคนได้จะเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นและการเป่าแคนเพื่อเกี้ยวพาราสีเป็นการสร้างจุดสนใจในคนส่วนใหญ่มักมิได้ชื่นชม บทกลอนของเค่งแต่ชื่นชมการเป่าที่ดีและท่วงท่าที่งดงาม

ผู้วิจัยได้ศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวเขาเผ่าม้งตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในการศึกษานี้ นั้นมีเรื่องราวขาม้ง มีความน่าสนใจอย่างมากทั้งในด้านวัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรมความเชื่อในการจัดพิธีกรรมศพ จะเห็นได้ว่าชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์นั้นเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การศึกษาในการประกอบพิธีกรรมการเล่นดนตรีเค่งขาม้งในการบรรเลงในพิธีศพขาม้งนั้นได้เสื่อมความนิยมจากการประกอบพิธีกรรมยังมีให้เห็นส่วนน้อยเพราะในชุมชนลงไปมากเนื่องจากความเจริญอย่างรวดเร็วรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อ

4 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

และการนับถือศาสนาเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ชุมชนชาวม้ง ตำบลเข็กน้อยมีความนิยมในการใช้แคน (แคนม้ง) ประกอบพิธีกรรม ตลอดจนอย่างรวดเร็วผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญที่จะศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องดังกล่าวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งอนุลักษณ์และฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์การเป่าแคนม้งในพิธีศพชนเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ให้คงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาบทบาทของดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ที่มีต่อวัฒนธรรมของชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาดนตรีในพิธีกรรมศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบได้ด้วย
 - 1.1 เครื่องดนตรี ได้แก่ แคน (แคนม้ง), กลองม้ง
 - 1.2 บทเพลง 3 บทเพลง ได้แก่ 1) เพลงโหมโรงเช้า หรือเพลงรอยเท้าหายไปไหน 2) เพลงพิธีกลางวัน หรือเพลงประกอบพิธีกรรมศพม้ง 3) บทเพลงพิธีศพช่วงเย็น
2. ความสัมพันธ์ดนตรีประกอบพิธีศพชาวม้งหมู่บ้านเข็กน้อยที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมศพและความสัมพันธ์ต่อพิธีกรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวม้งเข็กน้อย
 - 2.1 ขั้นตอนพิธีกรรมศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
 - 2.2 รูปแบบพิธีกรรมศพ ชาวม้งตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
 - 2.3 วิเคราะห์โครงสร้างบทเพลงแคนม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
3. บทบาทที่ใช้ในการศึกษา บทบาทดนตรีในความสัมพันธ์ในพิธีศพม้งหมู่บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 3.1 บทบาทต่อสังคม ชาวเขาเผ่าม้ง
 - 3.2 บทบาทต่อการศึกษา
 - 3.3 บทบาทต่อประเพณีและความเชื่อ
 - 3.4 บทบาทต่อการเมือง
 - 3.5 บทบาทต่อเศรษฐกิจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ทำการถอดข้อมูลจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกจาก กล้อง V.D.O. กล้องภาพนิ่งและเครื่องบันทึกเสียงแล้วทำการเรียบเรียงเป็นลายลักษณ์อักษร
2. นำข้อมูลจากการภาคสนามและจากหนังสือ ตำราต่าง ๆ มาประมวลเข้าด้วยกันแล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงที่สุด
3. นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและตรวจสอบ ขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข
4. นำข้อมูลที่แก้ไขแล้วนำมาเรียบเรียงให้สมบูรณ์

ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบของดนตรีที่ใช้ในพิธีกรรมศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ตลอดจนบทบาทของดนตรีในพิธีกรรมศพชาวม้ง รวมถึงวิถีชีวิตของชาวม้ง เพื่อพบข้อมูลทางประวัติศาสตร์ดนตรีชาติพันธุ์ ในสำหรับผู้สนใจได้ศึกษาต่อไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาค้นคว้า ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งต่อไปนี้จากการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย ทำให้ได้ทราบว่าชาวม้ง เป็นชนชาติที่มีประวัติความเป็นมาช้านาน ชาวม้งในประเทศไทยเป็นชาวม้งเป็นสาขาหนึ่งของชนชาติจีนและมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในมณฑลยูนนานอพยพเข้ามาในมณฑลทกวางสี และมณฑลยูนนานกว่า 500 ปี เมื่ออพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทย การดำรงอยู่หมู่บ้านม้งในแต่ละจังหวัด การดำรงพื้นฐานการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกับความเป็นอยู่เดิมที่ประเทศจีน จะเห็นได้ว่าหมู่บ้านม้งยังคงยึดขนบประเพณีที่ดั้งเดิมและใช้ดนตรีในการประกอบพิธีศพม้ง ซึ่งมีนัยสำคัญต่าง ๆ ที่อาศัยเครื่องดนตรีแคนม้งและกลองเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นคุณค่าและวัฒนธรรมอันดีงามเพื่อสื่อถึงจิตวิญญาณของชาวม้งเข็กน้อยในการรำลึกถึงคนที่ตายจากไป จะเห็นได้ว่าสิ่งเหล่านี้ที่ชาวม้งจัดพิธีศพด้วยความรักและอาลัยคนที่รักตายจากไป ดนตรีก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิถีชีวิตของชาวม้งเข็กน้อยได้สื่อถึงความสัมพันธ์และเปรียบเสมือนความกตัญญูที่มีต่อผู้ตายได้เป็นอย่างดี ฉะนั้นเสียงดนตรีในพิธีศพจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการทำพิธีเพื่อส่งความรัก

ต่อผู้ตายไปสู่สวรรค์ การศึกษาดนตรีในพิธีศพม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

เครื่องดนตรี (แคนม้ง) หรือแคนนั้นเป็นเครื่องดนตรีชั้นสูงของชาวม้ง อยู่ในตระกูลเครื่องลมไม้ประเภทที่มีท่อเสียง โดยภายในท่อมัลลันทองเหลืองติดเข้าไปกับตัวท่อ มีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนท่อของแคน เรียกว่า ลำ แคน (ดีแคน) และส่วนลำตัวแคน (เต้าแคน) วิธีการบรรเลง คือ เป่าเสียงและดูดเสียง โดยมีความเชื่อว่าเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถติดต่อสื่อสารกับวิญญาณได้ บทบาทเรื่องความเชื่อและพิธีกรรมของเครื่องดนตรี (แคนม้ง) 1) เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ แคน ให้ความบันเทิงทั้งกลางวันและกลางคืน โดยกลางวันมีชื่อเรียก “แคนม้ง” ใช้เป่าบรรเลงเพื่อเกี่ยวพาราวาสีหรือจิบสาว หรือใช้เดินป่า ส่วนช่วงกลางคืนมีชื่อเรียก “แคนมอดู” ใช้เพื่อการเกี่ยวพาราวาสีเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้บทเพลงจะมีเฉพาะกลางคืนไม่สามารถนำมาบรรเลงเวลากลางวันได้ 2) บรรเลงเนื่องในโอกาสพิเศษ การทักทายกันครั้งแรกโดยจะทำการทักทายกันพอสมควร หรือเป่าแคนเป็นการทักทายก่อน การเป่าเครื่องดนตรี (แคน) เพื่อแสดงความชื่นชมยินดีที่ได้รู้จักกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือผูกมิตรต่อกัน และยังแสดงถึงการอวยพรให้มีความเจริญในหน้าที่การงาน มีความสุข และมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง การบรรเลงแคนเป็นสัญลักษณ์แทนคำสวัสดิ หรือ “ซินซีซือปู” เป็นการบรรเลงเพื่อแสดงถึงการถามไถ่เรื่องราวในชีวิตประจำวันทั่วไป แสดงถึงการต้อนรับและการให้เกียรติกับแขกที่มาเยือน ด้วยความเต็มใจเมื่อมีผู้คนมาเยี่ยมเยือน ทำให้เจ้าของบ้านรู้สึกซาบซึ้ง และดีใจ จึง

ต้องเป่าแคน เพื่อแสดงออกถึงความคิดถึงกัน และความเคารพกันอยู่เสมอ ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกประทับใจ ชาวม้งถือว่าแคนเป็นเครื่องดนตรีที่มีบทบาทสำคัญต่อพิธีศพเป็นอันมาก เปรียบเสมือนเป็นสัญลักษณ์ สื่อสารระหว่างวิญญาณผู้ตายสู่โลกหนึ่ง ชาวม้งเชื่อว่าเสียงของแคนสามารถสื่อสารกับวิญญาณผู้ตายได้ด้วยทำนองต่าง ๆ หรืออาจเรียก “ภาษาทำนอง” ดังนั้นเมื่อมีคนตายในหมู่บ้าน ต้องรับนำเครื่องดนตรีแคนเป่าก่อนเพื่อเป็นการนำวิญญาณผู้ตาย

พิธีกรรมศพของชาวม้งนั้นเป็นพิธีการในการสื่อสารกับดวงวิญญาณ โดยมีเพลงที่ใช้ในพิธีกรรมที่มีความหมายแตกต่างกันออกไป คือ เพลงที่ 1) เพลงรอยเท้าที่หายไป มีบทบาทเพื่อขึ้นนำดวงวิญญาณให้รับทราบและปฏิบัติภารกิจ ตามความเชื่อของชาวม้ง บ้านเข็กน้อยให้เสร็จสิ้น เพลงที่ 2) เพลงกลางวัน บทเพลงให้ผีทานอาหารกลางวัน มีบทบาทเพื่อเชิญผู้ที่มาร่วมงานและเป็นการบอกให้ดวงวิญญาณรับประทานอาหารพร้อมกัน เพลงที่ 3) ทานอาหารเย็น มีบทบาทเพื่อสื่อสารบอกดวงวิญญาณว่ากำลังฆ่าสัตว์ เพื่อหลบซ่อนตัวจากดวงวิญญาณที่จะเข้ามาทำร้าย เพื่อคลายความโศกเศร้า โดยให้ญาติทำการเคลื่อนศพ สำหรับพิธีกรรมศพของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งสามารถส่งดวงวิญญาณไปสู่สรวงสวรรค์ โดยบทเพลงที่ใช้ในพิธีกรรมจะเปลี่ยนไปตามลำดับขั้นตอนในการประกอบพิธีกรรม

นักดนตรี ในปัจจุบันมีอาจารย์ที่เป็นผู้สืบทอดอยู่ 2 ท่าน คือ อาจารย์ ประสิทธิ์ แซ่ลี บรรเลงแคนม้ง และ อาจารย์ เล่าซือ แซ่ลี เป่าแคนม้ง ส่วนประกอบเครื่องจังหวะแล้วแต่โอกาสว่าจะมีใครว่างมาร่วมเล่น แล้วแต่โอกาสและการว่าจ้างไปบรรเลง

ภาพที่ 1

นักดนตรีแคนม้ง ตำบลเข็กน้อย



ที่มา: เกียรติยศ เถลิณพงษ์ (2564)

6 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

ตามปกตินักดนตรีจะแต่งกายแบบชุดขาวเขาในการเข้าร่วมพิธีกรรมศพแต่ปัจจุบันเพื่อความสะดวกสามารถแต่งแบบคนไทยพื้นราบทั่วไป ถ้าร่วมดนตรีประกอบพิธีกรรมจะต้องแต่งกายชุดประจำเผ่า

โอกาสในการบรรเลง

การบรรเลงดนตรีนั้นจะใช้ในการประกอบพิธีกรรมศพของชาวม้ง และมีการใช้แคนม้งในการบรรเลงในงานมงคลทั่วไป

หรือนอกจากนี้ก็ยังจะมีหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับการศึกษาหรือหน่วยงานอื่น ๆ เชิญให้ไปบรรเลงเป็นครั้งคราว และมีการรับงานบรรเลงตามประเพณีต่าง ๆ ของชาวม้ง

บทเพลงและการวิเคราะห์

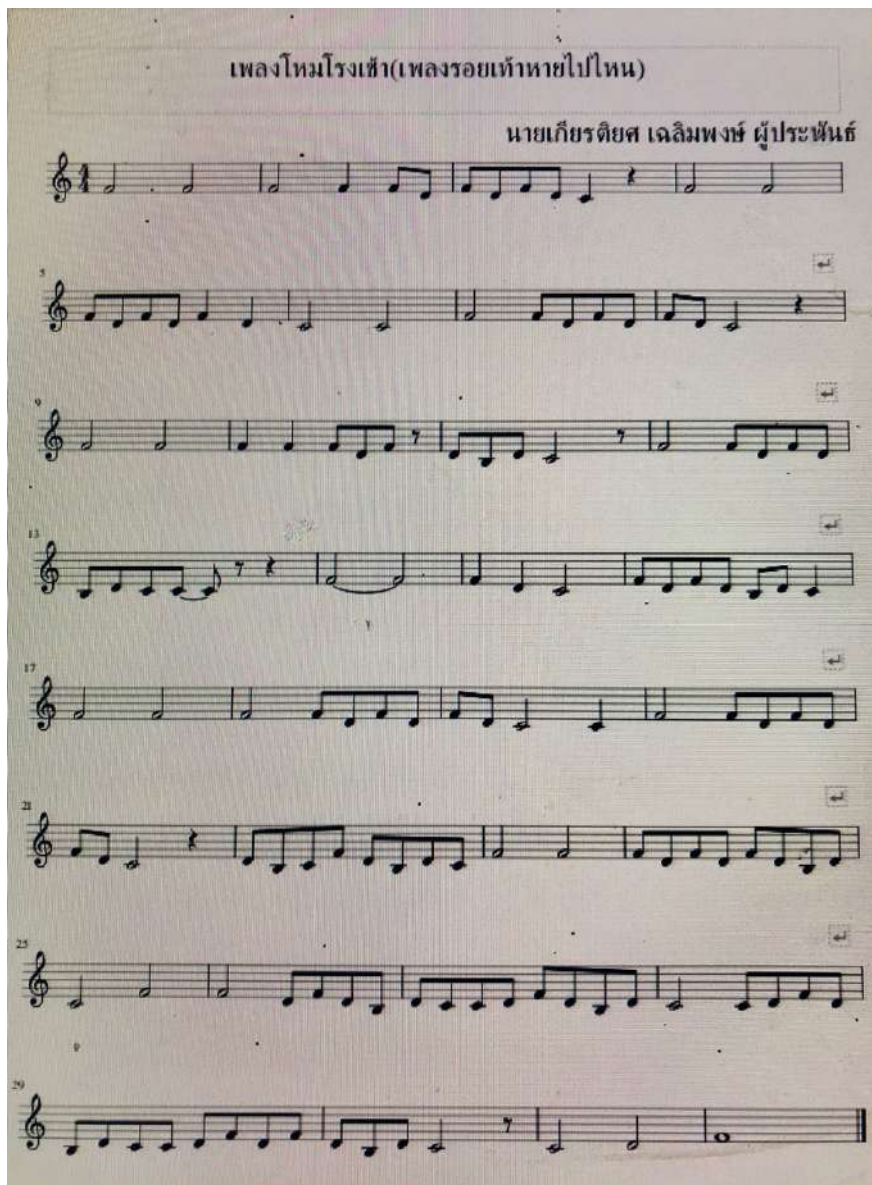
บทเพลงที่ใช้บรรเลงประกอบพิธีกรรมศพและลักษณะ

การบรรเลงดนตรี (แคนม้ง) มีทั้งหมด 3 เพลง ได้แก่

1. เพลงโหมโรงเช้า (รอยเท้าหายไปไหน)

ภาพที่ 2

บทเพลงม้ง โหมโรงเช้า (รอยเท้าหายไปไหน)

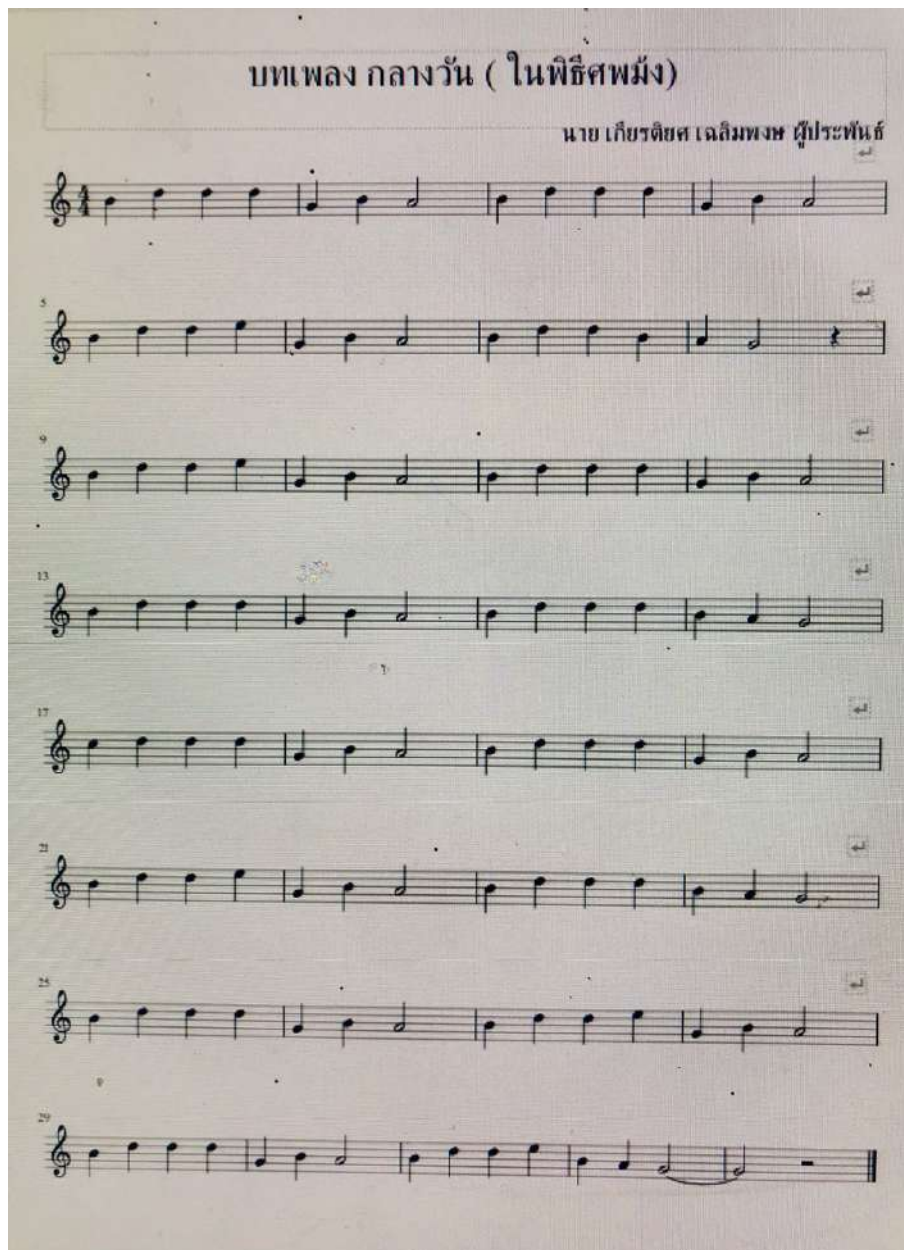


ที่มา: เกียรติยศ เฉลิมพงษ์ (2564)

2. เพลงกลางวัน (เรียกผีกินข้าว)

ภาพที่ 3

บทเพลงกลางวัน (เรียกผีกินอาหาร)

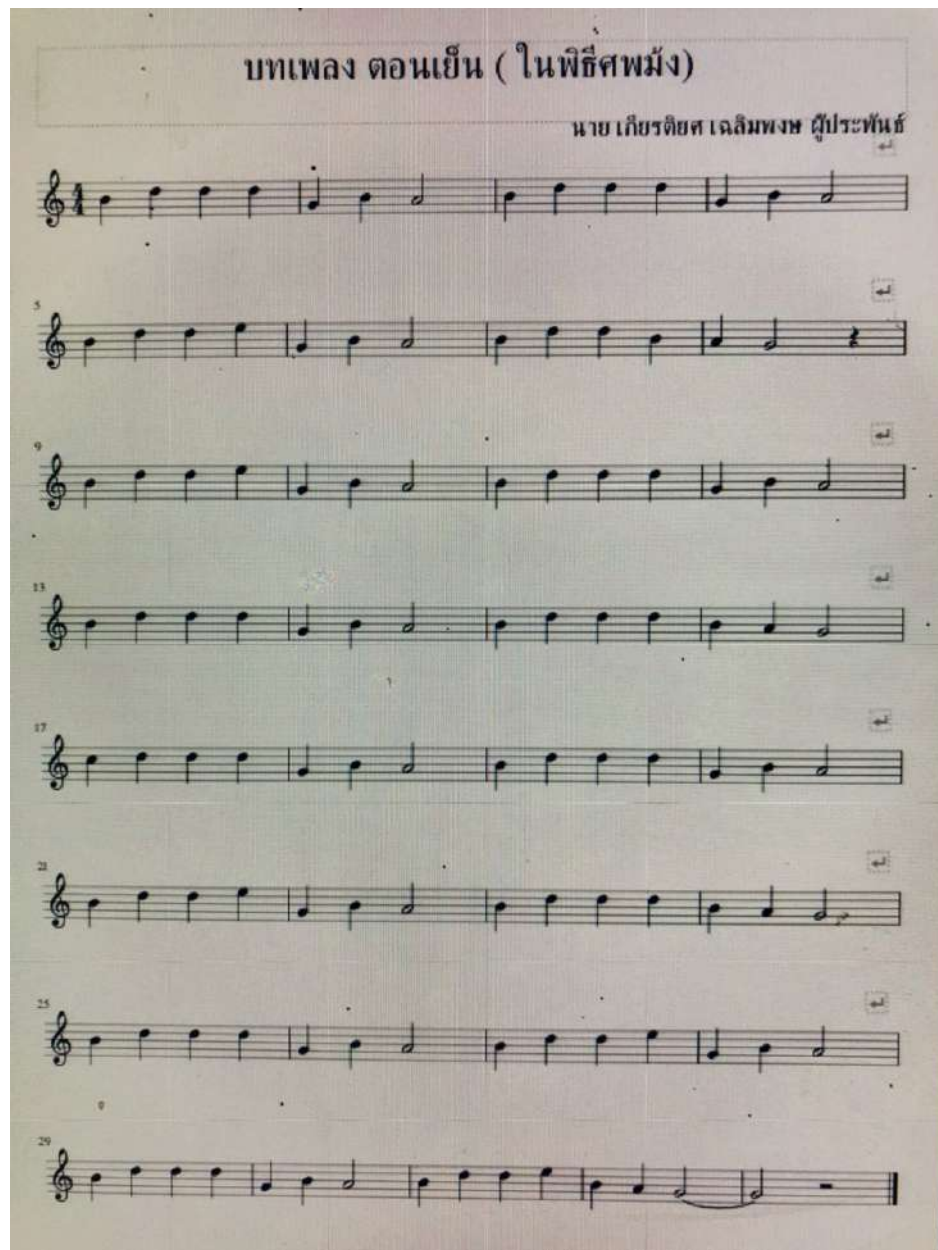


ที่มา : เกียรติยศ เกลิมพงษ์. (2562)

3. บทเพลงเย็น

ภาพที่ 4

เพลงมั่ง บรรเลงตอนเย็น



ที่มา: เกียรติยศ เฉลิมพงษ์. (2562)

วิเคราะห์องค์ประกอบของดนตรี จากสังเกตลักษณะ และการวิเคราะห์รายละเอียดด้วยวิธีการวิเคราะห์ (ศ.ดร.ณัชชา พันธุ์เจริญ, 2561, น.18) ได้วิเคราะห์ตามองค์ประกอบของดนตรีที่ปรากฏให้เห็นในบทเพลงทั้งหมดสามารถสรุปได้ตามประเด็นดังนี้

รูปแบบ (Form) ฉันทลักษณ์

ลักษณะของบทเพลงเป็นบทเพลงที่มีแนวทำนองเดียว และท่อนเดียว การประพันธ์บทเพลงนั้นค่อนข้างเปิดกว้าง และมีอิสระในการบรรเลง โครงสร้างระบบเสียงของแคนม้ง ใช้กลุ่มเสียงและบันไดเสียงในการสร้างทำนองเพลงทั้งหมด 5 เสียง ที่อยู่ในบันไดเสียง G Major ลักษณะของบทเพลงเป็นการดำเนินทำนองไปเรื่อย ๆ โดยยึดหลักตามขั้นตอนของพิธี บทเพลงสามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมและตามสมควร แต่ยังคงคำนึงถึงความถูกต้องและความเชื่อในพิธีกรรมศพบในช่วงเวลาในพิธีต่าง ๆ

1. ทำนองเพลง (melody)

มีลักษณะเล่นตามบทเพลงทำนองเดียวแบบ (Monophony Phonic) เสียงเดียวไม่มีกลุ่มประสานจากการวิเคราะห์จังหวะของทำนองเพลงพบว่า มีโครงสร้างของจังหวะทำนองที่มีความคล้ายคลึงและเหมือนกันตลอดเพลง การเคลื่อนที่ของทำนองเพลงส่วนใหญ่จะเป็นขึ้นบันได ในขั้นคู่ที่ 2 และคู่ที่ 3 โดยจะสลับกับขั้นคู่ที่อยู่ในช่วงใกล้เคียงกัน เช่น ขั้นคู่ที่ 4 แต่ในบางครั้งก็ยังคงมีการข้ามไปขั้นคู่ 5 6 7 และ 8 เช่นเดียวกัน

2. จังหวะ (time signature)

เครื่องดนตรีประกอบจังหวะได้แก่ กลองม้ง จะเป็นการบรรเลงในแนวทางเดียวกันทุกเพลง ในอัตราจังหวะ 2/2 หรือ 4/4 ขึ้นอยู่โอกาสและช่วงพิธีในขณะนั้นไม่แน่นอน

จากการศึกษาในบทเพลงสามารถกล่าวสรุปได้ว่า โครงสร้างหลักของทำนองเปรียบเสมือนเป็นเหมือนวลีสั้น ๆ กล่าวคือ เป็นการสลับของกลุ่มตัวโน้ตเสียงสั้นยาวกับกลุ่มโน้ตเสียงยาว แต่สำหรับในเรื่องของระบบเสียงมีจุดประสงค์เพื่อให้เข้าถึงอารมณ์ของเพลงซึ่งนำผู้ส่วงกลับไปเจอภาพภายนอกอย่างมีความสุขเพราะดนตรีแคน(แคนม้ง)นั้นเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถถ่ายทอดจิตวิญญาณ ผู้ส่วงสลับส่งผลต่อภพภูมิในข้างหน้านำไปสู่สรรสร้างทำให้อุบัติพิพจน์มีความสุขเหมือนดนตรีเป็นสื่อ นำร่างกายที่ไร้วิญญาณนำไปสู่ภพภูมิที่ดีเป็นการถ่ายทอดเพื่อให้

ดวงจิตคนตายขวามังไปสู่ปรโลกอย่างมีความสุขปราศจากทุกข์ และคลายหมองหม่น

การวิเคราะห์บทเพลง

บทเพลงทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบทางด้านดนตรี พบว่า ช่วงเสียงที่ใช้อยู่ใน ระยะขั้นคู่ 8 เพอร์เฟกต์ ใช้บันไดเสียง G เมเจอร์เพนทาโทนิค ทำนองเพลงส่วนใหญ่มีทิศทางขึ้นลงแบบคงที่และการเคลื่อนที่ของทำนองแบบข้ามขั้น โดยใช้เสียงสั้นยาว สลับกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญลอย จันทรทอง (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ดนตรีชาวเขาเผ่าม้ง พบว่า เพลงพิธีกรรมศพบมีทำนองที่ประกอบด้วยกลุ่มโน้ตเสียงยาวสลับกันกับกลุ่มโน้ตที่เป็นเสียงสั้น ๆ ส่วนจังหวะในบทเพลงแต่ละเพลงมีทั้งช้าปานกลาง และเร็วตามที่ผู้บรรเลงต้องการกำหนดขึ้นจากการศึกษาจะเห็นได้ว่าลักษณะการบรรเลงดนตรีในพิธีศพบม้งหมู่บ้านเข็กน้อยจะมีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อการนับถือภูตผีคนผีเปรียบเสมือน (land scape) บทเพลงแห่งสวรรค์ที่ชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อยได้รำพึงรำพันถึงผู้ที่จากโลกไปโดยมีทวนกลึงจึงทำให้อำนาจแห่งเสียงมีความสัมพันธ์ต่อพิธีศพบม้งเป็น อย่างมากจึงทำให้ ดนตรีในพิธีศพบม้งมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมศพบม้งเข็กน้อยเป็นอย่างมาก เพราะชาวเขาเผ่าม้งมีความรักต่อผู้ที่ตายไป อาจจะเป็นพ่อแม่หรือญาติพี่น้อง เพราะสิ่งสำคัญเหล่านี้จึงทำให้ดนตรีในพิธีศพบม้งยังมีการเล่นแบบดั้งเดิมโดยนักดนตรีผู้อาวุโสในหมู่บ้านเล่นให้ชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อยลิ้มความเศร้าโศกเสียใจและเป็นพลังอำนาจอย่างหนึ่งที่ทำให้ชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อยมีแรงบันดาลใจในการที่จะดำรงเผ่าพันธุ์และสืบทอดไปด้วยเหตุผลนี้เองดนตรีม้งจึงเป็นส่วนหนึ่งและมีอำนาจ และมีอิทธิพลทำให้ดนตรีแคนม้งยังอยู่ในพิธีกรรมต่าง ๆ ของประเพณีและวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อยสืบต่อ ๆ ไป

บทบาทดนตรีในพิธีศพบม้ง หมู่บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จากบทบาทของดนตรีม้งในวิถีชีวิต หมู่บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์บทบาทของดนตรีม้งนั้น เป็นสิ่งสำคัญและเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างช้านานเพราะชาวเขาเผ่าม้งนิยมการรื่นเริงและความบันเทิงและครั้งเมื่อมีผู้ที่เรารักจากไปย่อมต้องมีเครื่องดนตรีในการสือเพื่อให้ชาวเขาเผ่าม้งได้สำนึกและรับรู้ถึงความสำคัญต่อบรรพบุรุษชาวเขาเผ่าม้งจึงทำให้ดนตรีแคน (แคนม้ง) เป็นเครื่องดนตรีที่สำคัญมาก บทบาทแคน (แคนม้ง) ในพิธีศพบของชาวเขาเผ่าม้งนั้นถือว่าแคนเป็นเครื่องดนตรีที่มีความสำคัญต่อ

พิธีศพมาก เปรียบเสมือนเป็นสัญลักษณ์สื่อสารระหว่างวิญญาณผู้ตายสู่อีกโลกหนึ่ง ชาวม้งเชื่อว่าเมื่อมีคนตายในหมู่บ้านต้องรับนำเครื่องดนตรีแคนม้งมาเป่าก่อน ซึ่งเสียงแคนจะสามารถสื่อสารกับวิญญาณผู้ตาย และเพื่อเป็นการนำทางดวงวิญญาณของผู้ตาย ผู้เป่าแคนในพิธีศพ เรียก “สื่อเต้ง” และคนตีกลองอีกหนึ่งคน

ดังนั้นดนตรีแคนม้งมีความสัมพันธ์ในพิธีศพของชาวม้งหมู่บ้านเข็กน้อย จึงมีบทบาทที่สำคัญดังต่อไปนี้คือทำให้ ดนตรีชาวม้งที่บ้านเข็กน้อยได้รับการฟื้นฟูและปรับประยุกต์เพื่อนำไปส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ได้นำ ดนตรีโดยการจัดทำ ตัวอย่างสื่อแผนการจัดการเรียนรู้ดนตรี สื่อระบบการเรียนการสอนในโรงเรียนในชุมชนโดยจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์การเรียนด้วยวิธีทัศนศัพทกับ หลักสูตร ส่งเสริมเยาวชนม้งเล่นดนตรีเพื่อเป็นแรงผลักดัน ดนตรีม้งไปสู่สายตาของภายนอกชุมชน หรือประชาชนทั่วไปจัดโครงการอนุรักษ์และส่งเสริมงานประเพณีโดยใช้ดนตรีม้ง ประกอบประเพณีพิธีกรรม จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ศูนย์ประวัติศาสตร์ม้งและจัดห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ของชาวม้งหมู่บ้านเข็กน้อย

บทบาทดนตรีต่อสังคม สังคมชาวม้งมีความสุข ดนตรีขัดเกลาให้ชาวม้งไม่มีความแตกแยกมีความรักสามัคคีและที่สำคัญดนตรีม้งเปรียบเสมือนสิ่งที่นำชาวม้งเพื่ออ้อนวอนพระเจ้าเพื่อช่วยให้ตนพ้นภัย บันดาลความสุขความอุดมสมบูรณ์ต่างๆ บทบาทต่อการศึกษาดนตรีแคนม้งของหมู่บ้านเข็กน้อยจะมีการเล่าเรียนดนตรีแคนม้งน้อยมากเนื่องจากรับ วัฒนธรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามาก แต่ชาวบ้านอาวุโสในหมู่บ้านก็ยังคงคาดหวังว่าจะมีเยาวชนที่สนใจดนตรีแคนม้งอย่างจริงจังและมีการเล่าเรียนกันต่อไป จากรุ่นสู่รุ่น โดยมีการบรรจุดนตรีแคนม้งเข้าสู่บทเรียนในการเรียน การสอนของเยาวชนนักเรียนเผ่าม้งในหมู่บ้านเข็กน้อย บทบาทต่อประเพณีและความเชื่อ เช่น ประเพณีชุมชน ได้แก่ประเพณีปีใหม่ ม้งเฉลิมฉลองศักราชใหม่และเลี้ยงขอบคุณผีบรรพบุรุษ และผีที่คุ้มครองช่วยให้พืชผลผลิตต่าง ๆ เจริญเติบโตอย่างอุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีการละเล่นต่าง ๆ เช่น การยิงหน้าไม้ การโยนลูกช่วง การเล่นลูกข่าง แข่งขันล้อเลื่อนไม้ อีกทั้งยังมีประเพณีชีวิต ได้แก่ประเพณีการเกิด เป็นการเรียกขวัญ และการตั้งชื่อเด็กเกิดใหม่ ซึ่งการตั้งชื่อของผู้ชายและผู้หญิงนั้นจะแตกต่างกันออกไป ของผู้ชายจะมีการตั้งชื่อ 2 ครั้ง คือ ตอนแรกเกิด และตอนแต่งงาน เชื่อกันว่า

ตอนแต่งงานนั้นเปรียบเสมือนการเปลี่ยนสถานภาพของตัวเองที่กลายเป็นผู้ใหญ่อย่างเต็มตัว ส่วนของผู้หญิงจะตั้งชื่อแค่ครั้งเดียวคือตอนแรกเกิดเท่านั้น และในส่วนของการประเพณีการแต่งงาน ทั้งผู้ชายและผู้หญิงต้องไม่ใช้นามสกุลเดียวกันหรือใช้แซ่เดียวกัน ซึ่งทั้งคู่นั้นจะอาศัยอยู่ด้วยกันก่อน ศึกษาดูใจกันเหมือนเป็นการทดลองใช้ชีวิตคู่ร่วมกันก่อนที่จะแต่งงาน แต่ในปัจจุบันสิ่งที่ยังคงปรากฏ คือ การไหว้ผิงการไหว้พ่อแม่ของฝ่ายหญิง และการมีพ่อสื่อที่ประกอบงานแต่งงาน ในเรื่องของประเพณีงานศพ ถือได้ว่าเป็นการจัดงานที่ลูกได้แสดงถึงความกตัญญูที่มีต่อผู้ตาย นอกจากนี้ยังเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ด้วยการให้ลูกหลานผู้ชายมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของพิธีกรรม ส่วนผู้หญิงจะเป็นคนดูแลในเรื่องเครื่องแต่งกายและอาหาร การประยุกต์องค์ความรู้จากงานวิจัยด้วยการนำเอาองค์ความรู้มาจัดทำ หลักสูตรท้องถิ่น และแผนการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ และยินดีให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวงานประเพณีปีใหม่ม้งและเข้าร่วมงานแต่งงานได้อย่างเปิดเผย

บทบาทต่อการเมือง ชาวม้ง ตำบลเข็กน้อยมีความเป็นชาติพันธุ์ที่อพยพมาจากแดนไกล มีการพูดทางการเมืองเชิงเห็นใจหรือเป็นเครื่องมือของการเมืองได้เรื่อย ๆ ชาวม้งมีความเป็นมาและมีเรื่องราวขอเรียกร้องศักดิ์ศรีของตนเอง แต่ชาวม้งมีข้อจำกัดหลายมิติที่เกิดขึ้น จึงทำให้เขาต้องระหกรงผลถิ่นฐานตนเองเพราะการเมืองแต่ในสังคมการเมืองในปัจจุบันรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญต่อ การอาศัยและความเป็นชาติพันธุ์ม้งชาวหมู่บ้านเข็กน้อยจึงทำให้วิถีชีวิตของชาวม้งดีขึ้นจากแต่เก่าก่อนที่แร้นแค้นจนปัจจุบันชาวม้งมีการพัฒนาขึ้นโดยการช่วยเหลือของภาครัฐ และนอกจากนี้ ดนตรีแคนม้งยังสามารถช่วยสร้างความบันเทิงและเสียงเพลงเพราะดนตรีแคนม้งจะเป็นสื่อกลางในการเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ ที่ชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อยไม่ได้รับความเป็นธรรม เมื่อรัฐบาลไม่ได้รับความเป็นธรรมเมื่อรัฐบาลไม่ให้สิทธิชาวม้งที่สมควรได้ โดยมีขอบ จึงทำให้ต้องมีการเรียกร้องโดยการใช้เสียงเพลงและบทเพลงแคนม้ง เป็นสื่อ นำเพื่อเป็นการสื่อสารและเรียกร้อง เพื่อให้บทเพลงม้งได้เป็นสิ่งที่แก้ไขให้รัฐบาลได้ส่งเสริมและช่วยเหลือให้ชาวม้งเข็กน้อย มีการพัฒนาชีวิตที่ดีขึ้นและสิ่งสำคัญคือการเรียกร้องเสรีภาพที่มีขีดจำกัดของชาวม้งเข็กน้อย ได้มีชีวิตที่ดีเหมือนชาวไทยให้ดีขึ้น และสิ่งสำคัญที่สุด เสียงเพลงยังเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งเพื่อเป็นเรียกร้องเสรีภาพทางการเมือง

เมืองเพื่อให้รัฐบาล ได้ช่วยเหลือเยียวยาปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ ของชาวเขาเผ่าม้งเล็กน้อย ในสิ่งที่เขาจะได้รับเช่น สิทธิที่ดินทำกิน การย้ายโอนสัญชาติเพื่อให้เกิดและเติบโตบนผืนแผ่นดินไทย โดยสมบูรณ์และนอกจากนี้ เสียงดนตรีแคนม้งและบทเพลงแคนม้งยังมีบทบาทที่สำคัญทางการเมืองหลาย ๆ ประเภท ที่ไม่ได้กล่าวมาและพูดถึง และดนตรีแคนม้งยังเป็นสื่อกลางที่ทำให้ชาวม้งและประชาชนไทยมีความรักกัน จงรักภักดี ต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ของประเทศไทยเราและมีความเกื้อหนุนจนทำให้ประเทศชาติ และกลุ่มชาติพันธุ์ชาวม้ง หมู่บ้านเข็กน้อย ได้มีการพัฒนาที่ดีขึ้น

บทบาทต่อเศรษฐกิจ ในอดีตม้งทำการเกษตรแบบไร่เลื่อนลอย โดยปลูกฝิ่นเป็นพืชเศรษฐกิจและมีการปลูกอย่างเป็นลำเป็นสัน แทบกล่าวได้ว่าม้งเป็นเผ่า ที่ปลูกฝิ่นมากที่สุดคนนอกจากนั้นยังมีการปลูกข้าว ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ถั่ว ฯลฯ ปัจจุบันม้งหันมาปลูกพืชเศรษฐกิจ ซึ่งรัฐและเอกชนนำเข้าไป ส่งเสริม เช่น กาแฟ ท้อไม้ผลเมืองหนาว พืชผักต่าง ๆ ฯลฯ จนมีผลิตภัณฑ์โอท็อปเป็นของตนเอง นับว่าเศรษฐกิจของชาวม้งหมู่บ้านเข็กน้อยมีการพัฒนาขึ้นมากกว่าแต่ก่อนจนทำให้เศรษฐกิจของชาวม้งหมู่บ้านเข็กน้อย มีรายได้ที่ดีขึ้นและผลผลิตทางด้านการเกษตรและการแปรรูปเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่มีความเจริญขึ้นมากกว่าแต่ก่อน ดนตรีแคนม้งยังมีบทบาทต่อด้านเศรษฐกิจของชาวเขาเผ่าม้งเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการท่องเที่ยว เครื่องดนตรีแคนม้งสามารถเป็นเครื่องดนตรีที่ประชาชนส่วนมากรู้จักและอยากจะได้ฝึกฝนเล่น จึงทำให้มีการผลิตเครื่องดนตรีในการออกจำหน่ายขายเป็นรายได้ให้กับชาวเขาเผ่าม้งหมู่บ้านเข็กน้อยและสามารถเป็นการหารายได้เข้าสู่หมู่บ้านโดยใช้เครื่องดนตรีแคนม้งในการเล่นเพื่อความบันเทิงและประกอบในพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนหรือผู้ที่สนใจในเครื่องดนตรีแคนม้งของชาวเข็กน้อยหันมาสนใจและมีการเรียนรู้เพื่อกระจายรายได้ไปสู่หมู่บ้าน อีกทั้งรวมทั้งเป็นเครื่องดนตรีที่เป็นสื่อในด้านความรัก ความสุนทรีย์และช่วยบรรเทาความโศกเศร้าอีกด้วย เครื่องดนตรีแคนม้งจึงมีความสำคัญต่อชาติพันธุ์ชาวม้งเข็กน้อยเป็นอย่างมาก

สรุปผลและการอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเข่า จังหวัดเพชรบูรณ์ในครั้งนี้

เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ ซึ่งการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการเกี่ยวเนื่องกันผลการวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของวิจัยนั้นได้ปรากฏชัดเจนแล้วในบทที่ 4 ดังนั้นในส่วนนี้ผู้วิจัยจะได้อภิปรายเพิ่มเติมดังนี้ ในปัจจุบันการประกอบพิธีกรรมศพชาวม้ง เข็กน้อย อำเภอเขาค้อนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อเวลามีการประกอบพิธีกรรมศพชาวม้งดนตรีแคนม้งจะเป็นส่วนหนึ่งในการทำพิธีหากบ้านใดมีงบจำนวนน้อยในการทำศพบางครั้งก็อาจจะไม่ใช่แคนม้งในการประกอบพิธีแต่ถ้าศพม้งที่พอจะมีก็จำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องดนตรีแคนม้งในการประกอบพิธีกรรมเพราะชาวม้งเชื่อว่าดนตรีแคนม้งจะสามารถสื่อสารกับดวงวิญญาณให้ไปสู่ปรโลกได้ ซึ่งลักษณะวิธีการถ่ายทอดนั้นไม่ได้มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เป็นการถ่ายทอดแบบมุขปาฐะและในปัจจุบันนั้นไม่ค่อยมีผู้ที่สนใจในการเล่นแคนม้ง เนื่องจากสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้า ความทันสมัยในโลกปัจจุบัน ส่งผลให้เด็ก ๆ หรือวัยรุ่นสาว ไม่นิยมที่จะหันมาสนใจดนตรีดั้งเดิมของตน เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่ล้าสมัยและไม่น่าสนใจ แต่กลับไปสนใจเกี่ยวกับดนตรีสมัยนิยมในยุคปัจจุบัน ทำให้ผู้ที่เล่นแคนม้งได้นั้น จะมีเพียงวัยอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่มีความศรัทธาและความเชื่อแบบแผนวัฒนธรรมดั้งเดิม ดนตรีชาวม้งมีความพัฒนาเป็นดนตรีสมัยนิยมให้เกิดขึ้น ยุคทันสมัย และยังมีการลอกเลียนแบบพัฒนาดนตรีของตนตามวัฒนธรรมวัยรุ่นจากพันราบ ซึ่งกำลังเป็นที่ยอมรับและนิยมมากขึ้น ดังนั้นหากผู้ที่ถ่ายทอดดนตรีแคนม้งในการประกอบพิธีศพได้เสียชีวิตลงไป อาจจะขาดผู้สืบทอดและส่งผลให้ไม่มีเครื่องดนตรีแคนม้งบรรเลงประกอบพิธีศพ และเครื่องดนตรีแคนม้งก็อาจจะต้องสูญสิ้นไปจากหมู่บ้าน จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษามานี้ในหมู่บ้านมีนักดนตรีที่เป่าแคนม้งได้อยู่ไม่กี่คน ซึ่งหมู่บ้านที่เป็นนักดนตรีนั้นจะรวมตัวกันเป็นชุมชนที่ใหญ่และพวกเขามีความเชื่อศรัทธาต่อดวงวิญญาณก็คงยังอยู่สืบต่อ ๆ ไปเป็นรุ่น ๆ จึงทำให้แคนม้งจึงยังมีการสืบทอดในการเล่นต่อไปในช่วงเวลาที่มีการตายของคนชาวม้งเกิดขึ้นในการวิจัย การศึกษาดนตรีในพิธีศพชาวม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นแนวทางอนุรักษ์วัฒนธรรมดนตรีกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเข็กน้อยการนำองค์ความรู้ดนตรีเพื่อเข้าสู่วิชาเรียนการสอนวิชาดนตรีท้องถิ่น และเพื่อเป็นแนวทาง การปรับปรุงยกระดับวัฒนธรรมดนตรีของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

เพื่อเข้าสู่ ความสัมพันธ์ดนตรีในเชิงวัฒนธรรม ของเครื่องดนตรี แคนมั่งมีการเคลื่อนที่ของทำนองแบบขึ้นลง โน้ตของทำนอง ร้องไห้โน้ตหลักของบทเพลง บทเพลงนั้นไม่สามารถระบุอัตรา จังหวะ อัตราความเร็วได้ บทบาทของดนตรีที่มีต่อวิถีชีวิตชาว ม้งไม่สามารถระบุได้แน่นอนว่าอยู่ในสังคมวัฒนธรรม ชาวม้งเชื่ กน้อยมานานแค่ไหน ดนตรีมีความเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณีอย่างแยกไม่ออก มีการสอดแทรกข้อห้าม ข้อปฏิบัติ ต่าง ๆ ดนตรีมีบทบาทต่อวิถีชีวิตแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ ดนตรี เพื่อความบันเทิง ดนตรีเพื่อเกี่ยวพาราสีกันระหว่างหนุ่มสาว ดนตรีเพื่อเป็นการระบายความสุขความทุกข์ในใจ และดนตรี เป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมของวิถีชีวิตชาวม้งเช็กน้อย แนวทาง อนุรักษ์วัฒนธรรมดนตรีกลุ่มชาติพันธุ์เช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเข้าสู่การเรียนการสอนวิชาดนตรีท้องถิ่น โดยโรงเรียนในชุมชนจัดวิทยากรชุมชนให้ความรู้แก่เยาวชนเพื่อ จัดการเรียนการสอนหลักสูตรชุมชน โดยจัดให้มีการเรียนการ สอน การสาธิต โดยวิทยากรชุมชน มีครูประจำการ ผู้สอนดนตรี ให้ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ดนตรีแคนมั่งเช็กน้อย รวมถึงสร้าง ชุดแบบฝึกหัดดนตรีแคนมั่งให้แก่นักเรียน จัดการแสดงสร้าง สำนึกความภูมิใจชมชนดนตรีแคนมั่งเช็กน้อย อีกทั้งมีการผลิต สื่อการเรียนด้วย วิทยุทัศน์ประกอบการเรียนรู้ ซึ่งเป็นอีกส่วนที่ จะช่วยให้ชุมชนรวมถึงเยาวชนเกิดความน่าสนใจ เข้าใจได้ง่าย ขึ้น สามารถเผยแพร่ความรู้ออกไปได้อย่างกว้างขวางอีกทาง หนึ่ง แนวทางการปรับประยุกต์วัฒนธรรมดนตรีของกลุ่มชาติ พันธุ์ม้งเช็กน้อยนั้นเป็นการส่งเสริมเยาวชนชาวม้งเช็กน้อยเพื่อ เป็นแรงผลักดันทำให้เกิดวัฒนธรรมดนตรีสู่สายตาของชุมชน อื่น โดยวางแผนเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่าง ชุมชนต่าง ๆ วางแผนประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและกิจกรรม ในชุมชน ประสานงานสื่อมวลชนในการให้ช่วยเผยแพร่และ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนทำหน้าที่ส่งเสริม ประชาชน กลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชนมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้ง กิจกรรมตามประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ ให้มีตลอดทั้งปี ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาวิจัยดนตรีในความสัมพันธ์ในพิธิ ศพชาวม้ง หมู่บ้านเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของดนตรีแคนมั่ง ในการประกอบพิธีกรรมและความเชื่อศรัทธาต่อผู้วายชนม์ จึงทำให้ข้าพเจ้าเห็นเป็นศิลปะและเติมไปด้วยคุณค่าในความ

สัมพันธ์ในพิธีกรรมศพโดยใช้แคนมั่งเป็นสื่อกลางในการติดต่อ ผู้ล่วงลับ แต่ยังมีความคิดว่าการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นผลดีให้กับ การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ดังนั้นจึงเห็นสมควรอย่างยิ่งในการที่ หน่วยงานตลอดจนองค์การต่าง ๆ เพื่อให้เห็นคุณค่าแห่งดนตรี แคนมั่งในการประกอบพิธีกรรมศพ ตลอดจนส่งเสริมให้ดำรง รักษาไว้ นอกจากนี้จะต้องให้การสนับสนุนโครงการวิจัยทางด้าน ดนตรีและศิลปวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าม้งอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ดนตรีแคนมั่ง ในการประกอบพิธีกรรมศพชาวม้ง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการ วิจัยต่อไปดังนี้

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยดนตรีในการประกอบพิธีกรรมชาว ม้งนั้น เป็นการศึกษาวิจัยเฉพาะ บทเพลงดนตรีแคนมั่ง ของตำบลเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบทเพลง ขับร้อง วิธีการบรรเลง ควรมีการศึกษาวิจัยบทเพลงอย่างมีบริบท แบบแผนเพื่อให้คนรุ่นหลังได้สืบทอดการเป่าแคนมั่งในพิธีกรรม ศพสืบต่อ ๆ กันไป
2. สามารถทำการศึกษาวิจัยในเชิงเปรียบเทียบกับ ดนตรีเผ่าต่าง ๆ หรือดนตรีพื้นบ้านประเภทอื่นได้
3. สามารถที่จะศึกษาวัฒนธรรมดนตรีพิธีกรรมศพของ ชนเผ่าต่าง ๆ เพื่อเป็นกรณีศึกษาและเป็นข้อมูลเปรียบเทียบใน แต่ละชนเผ่าได้
4. จากการบันทึกข้อมูลภาคสนามวิจัยผู้วิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติสำนักงานคณะ กรรมการวัฒนธรรมประจำจังหวัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ทุกหน่วยงานองค์กรและโรงเรียนในเขต พื้นที่ควรเร่งรณรงค์และ ส่งเสริมดนตรีของชาวม้ง โดยให้ทุกหน่วยงานมีแผนปฏิบัติการที่ ชัดเจนในการพัฒนาดนตรีม้ง มีการจัดการอบรม และถ่ายทอด เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์และคุณค่าของเพลงม้ง ควรใช้ บทเพลงที่เป็นลักษณะเฉพาะชุมชนท้องถิ่นเพื่อความตระหนักรัก ท้องถิ่นและเป็นการพัฒนาด้านอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย
5. ปัจจุบันเนื่องจากม้งอยู่ร่วมกับสังคมอื่นมากขึ้นดังนั้น การศึกษาจึงควรมีความระมัดระวังเพราะวัฒนธรรมบางอย่างไม่ เป็นของม้งจริงอาจได้รับมาจากวัฒนธรรมอื่น

บรรณานุกรม

- พูนพิศ อมาตยกุล. (2529). *ดนตรีวิจิตร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). รักษ์ศิลป์การพิมพ์.
- บุญลอย จันทร์ทอง. (2547). *ดนตรีชาวเขาเผ่าม้ง หมู่บ้านสบเป็ด อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน*.
- ณัชชา พันธุ์เจริญ. (2551). *สังคีตลักษณ์และการวิเคราะห์ดนตรี* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์เกษะรัต
- มณเฑียร รุ่งธีรบุญ. (2549). *เค้ง:เครื่องดนตรีในวิถีชีวิตม้ง*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล นครปฐม.

การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านของนักเรียน
ประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
อุบลราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการ สอนแบบ 5E
Development of Art Lesson Plans for Folk Performing Art for Grade 5 Students
at Warinchamrab-Affiliated school 3, Ubon Ratchathani Primary Educational
Service Area Office 4 Using 5 E Instructional Package

ขวัญใจ ทาประจง¹ เจริญวิชัย สมพงษ์ธรรม² ศิริพร อยู่ประเสริฐ³ และ รุจิรัตน์ บวรธรรมศักดิ์⁴

Kuanjai tharjong, Charuenvich Sompongthum, Siriphon Yuprasert and Rujirat Bowonthammasak

Article History

Received: October 08, 2021

Revised: December 25, 2021

Accepted: February 03, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟของนักเรียน
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ 80 / 80 2. เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิผลของ
แผนการจัดการเรียนรู้เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ด้วยชุด
กิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามขั้นตอนการสอนตามแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบ 5E ก่อนเรียนและหลังเรียน 4. เพื่อศึกษา
ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรม
การสอนแบบ 5E

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

Master's degree, Faculty of Education, Ratchathani University

Email: benkuan123456@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Education, Ratchathani University

³ อาจารย์, ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

Lecturer, Ph.D, Faculty of Education, Ratchathani University

⁴ อาจารย์, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

Lecturer, Faculty of Education, Ratchathani University

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนนุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุบลราชธานี เขต 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 20 คนได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดำเนินการทดลองระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2562

คำสำคัญ: ผลการเรียนรู้ ชุดกิจกรรม กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ การสอนแบบ5E

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop of Art lesson plans, in the topic of Rocket Festival for grade 5 students using 5E instructional package following efficiency index 80/80. 2) investigate effectiveness Index of Art lesson plans for folk performing art for Grade 5 students, in the topic of Rocket Festival for grade 5 students using 5E instructional Package. 3) compare the student's learning achievement with the 5E instructional package, pre- test and post-test, and to investigate students' satisfaction towards the instructional package.

The sample consisted of 20 graders studying in the second semester of academic year 2019, at Ban Khumuang (On-Anukro) school, Ubon Ratchathani primary Educational Service Area Office 4 by using multi-stage sampling. The study was conducted on November 1, 2019 to December 30, 2019. The research instruments consisted of 1) 8 plans for folk performing art which consisted of suitability, accuracy, consistency and possibility at whole 5 of mean 2) 8 5E instructional Packages. 3) the measurement tools were (1) achievement tests which consisted of multiple choice test, 3 options 40 items, and all 1 for item – objective congruence, 0.07-0.93 of sensitivity Index and 0.00-0.47 distracter sensitivity Index, 0.80 of reliability. 3 tools were suitable for score grading and the suitability of score decision at high level which consisted of 3.00 of mean. (3) questionnaire which consisted of all 1 of Item – objective congruence. The data were analyzed by using percentage, standard deviation, T - test dependent and T - test independent.

Keywords: 5E model, instructional package, folk Performing Art

บทนำ

นาฏศิลป์เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของมนุษย์และเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองอย่างหนึ่งของแต่ละชาตินาฏศิลป์ไทยเป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษไทยได้ถ่ายทอดไว้ให้แก่ลูกหลานเอกลักษณ์ของนาฏศิลป์ไทยอยู่ที่ท่วงท่าของการร่ายรำที่งดงามตามจังหวะและทำนองเพลงที่ไพเราะสนุกสนานคุณค่าของนาฏศิลป์ไทยมีทั้งต่อผู้ชมและผู้แสดง คุณค่าต่อผู้ชมคือให้ความบันเทิงและอิมเมจกับสุนทรียรสของการแสดง ส่วนคุณค่าต่อผู้เรียนหรือ

ผู้แสดง คือ การฝึกฝนให้อยู่ในระเบียบ มีจิตใจงดงาม และมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้นาฏศิลป์ไทยจึงควรได้รับการสืบทอดไปสู่เยาวชนไทยต่อไป แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าการสอนนาฏศิลป์ในโรงเรียนไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิธีการสอนที่ไม่เหมาะสมและผู้สอนขาดความชำนาญ(กรมวิชาการ, 2545)

เอกลักษณ์ของนาฏศิลป์ไทยอยู่ที่ท่วงท่าของการร่ายรำที่ประดิษฐ์จากการเลียนแบบอริยาบถต่างๆ ของคนในชีวิตประจำวันนอกจากจะมีการร่ายรำของมือและแขนซึ่งถือว่า

เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของนาฏศิลป์ไทยแล้ว การเคลื่อนไหวที่สัมพันธ์กันของอวัยวะส่วนอื่นๆ เช่น ศีรษะ หน้า คอ ลำตัว เอว ขา และเท้า ยังช่วยให้นาฏศิลป์ไทยดูสวยงามและสื่อความหมายได้ดี การแสดงท่าทัก โบกสะบัด จีบคว่ำ จีบหงาย ร้องให้ อิ่มแอม โกรธ ขบไล่ ฯลฯ ล้วนแต่มีท่าท่าที่อ่อนช้อยสวยงามและสื่อความหมายชัดเจน และเมื่อประกอบกับการสื่อความหมายด้วยบทเจรจา ท่าทาง และคำร้องเป็นลำนําแล้ว นาฏศิลป์ไทยทำให้ผู้ชมได้รับความสุข สนุกสนาน และมีอารมณ์คล้อยตามการแสดงนาฏศิลป์นั้นๆ นาฏศิลป์ไม่ได้มีคุณค่าเฉพาะทางนันทนาการเท่านั้น แต่ยังเป็นการออกกำลังกายที่ช่วยในการควบคุมการทำงานของกล้ามเนื้อให้สัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังมีคุณค่าต่อสังคม ศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ในคนไทยบางกลุ่มในสมัยก่อน จะมีพิธีกรรมการรักษาคนป่วยของชาวบ้าน โดยการอัญเชิญผีฟ้า หรือผีให้ มารักษา ในพิธีนี้จะมีตัวแทนที่ชาวบ้านแต่งตั้งให้มาร่ายรำเพื่ออัญเชิญผีฟ้า หรือผีให้มารักษาคนป่วย (ยุทศิลป์ จุฑาวิจิตร, 2539) หรือการฟ้อนพื้นเมืองที่เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยว การแสดงในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีดนตรีประกอบง่าย ๆ เพื่อสะท้อนถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนเหล่านั้น (อาภรณ์ หอมยง, 2543)

นอกจากนี้ นาฏศิลป์ยังมีบทบาทในการพัฒนาบุคลิกภาพผู้เรียน โดยจะช่วยกล่อมเกลাজิตใจผู้เรียน ให้มีจิตใจที่งดงาม มีสุนทรียภาพ มีจินตนาการ รักความสวยงาม มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ มีการรับรู้อย่างมีจิตวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถค้นพบศักยภาพความสนใจของตนเอง อันเป็นพื้นฐานในการศึกษาต่อหรือประกอบอาชีพทางศิลปะ มีความเชื่อมั่นพัฒนาตนเองได้และแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ในการทำงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (วัฒนาพร ระงับทุกข์, 2542) กระทรวงศึกษาธิการเล็งเห็นถึงความสำคัญของดนตรี และนาฏศิลป์ ดังกล่าวจึงได้บรรจุวิชานาฏศิลป์ให้เป็นส่วนหนึ่งของการสอนในโรงเรียนทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอุดมศึกษามาตั้งแต่ปีการศึกษา 2521 (กรมวิชาการ, 2545)

วิธีการสอนนาฏศิลป์โดยส่วนใหญ่จะใช้การสอบถาม สาคิตประกอบคำบรรยาย โดย ใช้ครูเป็นศูนย์กลาง วิธีการสอนแบบนี้จะได้ผลดีก็ต่อเมื่อผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถทางนาฏศิลป์อย่างเชี่ยวชาญ (บุญสิตา ภักติกิจ, 2546 ,หน้า

4-10) เมื่อพิจารณาลักษณะเฉพาะของสาระนาฏศิลป์แล้วพบว่า วิธีการสอนดังกล่าวขาดความเหมาะสม เพราะนาฏศิลป์เป็นสาระที่เกี่ยวกับกิจกรรมการพัฒนาและสร้างนิสัย มุ่งให้ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันโดยสงบสุข และหาข้อสรุปในสาระนั้นๆ ซึ่งปัญหาที่โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4 มีนักเรียนที่เรียนวิชานาฏศิลป์มีผลการที่ต่ำกว่าเกณฑ์และขาดความกล้าแสดงออก(สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4,2560,หน้า)

จากสภาพปัญหากล่าวมาข้างต้น ศึกษาพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ศิลปะเรื่องนาฏศิลป์พื้นเมืองโรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ทั้งนี้เพราะจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า นอกจากชุดกิจกรรมการเรียนรู้ จะช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนาฏศิลป์ของนักเรียนแล้ว การสอนแบบ(5E) ก็มีส่วนช่วยพัฒนาและยกระดับผลการเรียนนาฏศิลป์ได้เพราะ การสอนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นวิธีการที่ดีวิธีหนึ่งในการช่วยเหลือพัฒนาทักษะได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงสนใจการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้(5E) ทั้งนี้เพื่อต้องการศึกษาว่า หลังการเรียนโดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนหรือไม่ และเพื่อต้องการศึกษาว่า หลังการเรียนโดยใช้สื่อประกอบการสอนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแล้ว นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนนาฏศิลป์มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากที่สุดตามความมุ่งหมายของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2560 สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนในกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ศิลปะเรื่องนาฏศิลป์พื้นเมืองโรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการ
สอนแบบ 5E

1. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องนาฏศิลป์พื้น
บ้านอีสานบุญบั้งไฟของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้
ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ 80 / 80

2. เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียน
รู้เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟ ของนักเรียนชั้นประถม
ศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E

3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง
นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปี
ที่ 5 ด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามขั้นตอนการสอน
ตามแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบ 5E ก่อนเรียนและหลังเรียน

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้เรื่อง
นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานบุญบั้งไฟ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา
ปีที่ 5 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. แผนการจัดการเรียนรู้แบบ 5E หมายถึง นวัตกรรม
ที่สร้างขึ้นโดยการนำเอานาฏศิลป์พื้นเมืองอันเป็นเอกลักษณ์ของ
ท้องถิ่นภาคอีสาน เช่น การรำเซิ้ง แห่เทียนพรรษา เซิ้งบั้งไฟ เซิ้ง
แห่ไข่มดแดง ฯลฯ และงานบุญเข้าพรรษา (งานประเพณีบุญ
เดือน 8 ของชาวอีสานที่มีการแห่เทียนพรรษา ซึ่งพุทธศาสนิกชน
นำเทียนไปถวายวัด) มาบูรณาการกับสาระ ที่หลากหลายเพื่อ
ให้สอดคล้องกับทักษะที่ต้องการเน้นกับผู้เรียน มีการจัดระบบ
เนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษาด้วยตนเองในสถานการณ์และสภาพ
แวดล้อมที่จัดไว้ นักเรียนจะมีโอกาสคิดใคร่ครวญ ที่ละน้อย
ตามลำดับ ได้ร่วมกิจกรรมอย่างกระฉับกระเฉง ได้รับคำติชมทันที
ทั้งที่ และได้รับประสบการณ์ที่เป็นความสำเร็จ และเกิดความ
ภาคภูมิใจ และมีชุดกิจกรรมดังนี้

- 1.1 ประเพณีและงานบุญของชาวอีสาน
- 1.2 การแห่เทียนบั้งไฟ บุญเดือน 6
- 1.3 การแต่งกายพื้นเมืองรำเซิ้งอีสาน
- 1.4 ภาษาทำนาฏศิลป์ นาฏศิลป์พื้นเมืองอีสาน
- 1.5 การรำเซิ้งแห่เทียนพรรษา ประกอบเพลงเซิ้งบุญ
ประเพณีอีสาน

- 1.6 ดนตรีพื้นเมืองอีสานประกอบรำเซิ้งแห่เทียนพรรษา

1.7 การประดิษฐ์ทำรำฟ้อนจากนาฏศัพท์เบื้องต้น

1.8 การเขียนโครงงานศิลปะ (สาระนาฏศิลป์)

ประกอบด้วยการจัดการเรียนรู้แบบ 5E มีขั้นตอนดังนี้

1) ขั้นสร้างความสนใจ (engagement) หมายถึง
การนำเข้าสู่บทเรียนหรือเรื่องที่สนใจ ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองจาก
ความสงสัย หรืออาจเริ่มจากความสนใจของตัวนักเรียนเอง
หรือเกิดจากการอภิปรายในกลุ่ม เรื่องที่น่าสนใจอาจมาจาก
เหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในช่วงเวลานั้น หรือเป็นเรื่อง ที่
เชื่อมโยงกับความรู้เดิมที่เพิ่งเรียนรู้อแล้ว เป็นตัวกระตุ้นให้
นักเรียนสร้างคำถาม กำหนดประเด็นที่จะศึกษาในกรณีที่ยัง
ไม่มีประเด็นที่น่าสนใจ ครูอาจให้ศึกษาจากสื่อต่างๆ หรือ
เป็นผู้กระตุ้น ด้วยการเสนอประเด็นขึ้นมาก่อน แต่ไม่ควร
บังคับให้นักเรียนยอมรับประเด็นหรือคำถามที่ครูกำลังสนใจ
เป็นเรื่องที่จะใช้ศึกษา เมื่อมีคำถามที่น่าสนใจ และนักเรียน
ส่วนใหญ่ยอมรับให้เป็นประเด็น

2) ขั้นสำรวจและค้นหา (exploration) หมายถึง
การทำความเข้าใจในประเด็นหรือคำถามที่สนใจจะศึกษา
อย่างถ่องแท้แล้ว ก็มีการวางแผนกำหนดแนวทางการสำรวจ
ตรวจสอบ ตั้งสมมติฐาน กำหนดทางเลือกที่เป็นไปได้ ลงมือ
ปฏิบัติเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อสนเทศ หรือปรากฏการณ์
ต่าง ๆ วิธีการตรวจสอบอาจทำได้หลายวิธี เช่น ทำการทดลอง
ทำกิจกรรมภาคสนาม การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยสร้าง
สถานการณ์จำลอง (simulation) การศึกษาหาข้อมูลจาก
เอกสารอ้างอิงหรือจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล
อย่างเพียงพอที่จะใช้ในขั้นต่อไป

3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (explanation) เมื่อ
ได้ข้อมูลอย่างเพียงพอจากการสำรวจตรวจสอบแล้ว จึงนำ
ข้อมูล ข้อสนเทศที่ได้มาวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และนำ
เสนอผลที่ได้ในรูปต่างๆ เช่น บรรยายสรุป สร้างแบบจำลอง
ทางคณิตศาสตร์ หรือวาดรูป สร้างตาราง ฯลฯ การค้นพบใน
ขั้นนี้อาจเป็นไปได้หลายทาง เช่น สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้
โต้แย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หรือไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ได้
กำหนดไว้ แต่ผลที่ได้จะอยู่ในรูปใดก็สามารถสร้างความรู้และ
ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้

4) ขั้นขยายความรู้ (elaboration) หมายถึง การนำ
ความรู้ที่สร้างขึ้นไปเชื่อมโยงกับความรู้เดิมหรือแนวคิดที่ได้

ค้นคว้าเพิ่มเติมหรือนำแบบจำลองหรือข้อสรุปที่ได้ไปใช้อธิบายสถานการณ์หรือเหตุการณ์อื่น ถ้าใช้อธิบายเรื่องต่างๆ ได้มาก็แสดงว่าข้อจำกัดน้อย ซึ่งก็จะช่วยให้เชื่อมโยงกับเรื่องต่างๆ และทำให้เกิดความรู้กว้างขวางขึ้น

5) ขั้นประเมิน (evaluation) หมายถึง การประเมินการเรียนรู้ด้วยกระบวนการต่างๆ ว่านักเรียนมีความรู้อะไรบ้าง อย่างไรและมากน้อยเพียงใด จากขั้นนี้จะนำไปสู่การนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้ในเรื่องอื่นๆ การนำความรู้หรือแบบจำลองไปใช้อธิบายหรือประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์หรือเรื่องอื่นๆ จะนำไปสู่ข้อโต้แย้งหรือข้อจำกัดซึ่งก่อให้เกิดประเด็นหรือคำถาม หรือปัญหาที่จะต้องสำรวจตรวจสอบต่อไป ทำให้เกิดเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ จึงเรียกว่า inquiry cycle กระบวนการสืบเสาะหาความรู้จึงช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ทั้งเนื้อหาหลัก และหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนการลงมือปฏิบัติเพื่อให้ได้ความรู้ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ต่อไป

2. เกณฑ์ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลการวัดประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม โดยคำนวณจากผลคะแนนจากการเรียนชุดกิจกรรมนาฏศิลป์พื้นเมือง ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานคะแนนเฉลี่ย 80/80 ซึ่งหมายถึง คุณภาพของชุดกิจกรรมที่ได้จาก “กระบวนการ” และ “ผลลัพธ์” โดยมีค่าร้อยละ 80 ขึ้นไป ค่า 80 ตัวแรก คือ ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการ (E1) ได้จากคะแนนกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานระหว่างเรียน ค่า 80 ตัวหลัง คือ ค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E2) ได้จากคะแนนการทำแบบทดสอบหลังเรียนด้านพุทธิพิสัยและด้านทักษะพิสัย

2.1 การประเมินด้านความรู้ (Knowledge)

2.2 ด้านทักษะและการปฏิบัติ (Practice)

2.3 ด้านเจตคติหรือคุณลักษณะอันพึงประสงค์ (Attitude)

3 .ดัชนีประสิทธิผล หมายถึง การประเมินความก้าวหน้าทางการเรียนของนักเรียนที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ประเมินจากคะแนนหลังเรียนที่เพิ่มขึ้นจากก่อนเรียนได้ สรุปว่า ดัชนีประสิทธิผล

4. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถของนักเรียนในด้านต่างๆ ซึ่งเกิดจากนักเรียนได้รับประสบการณ์จากกระบวนการเรียนการสอนของครูโดยครูต้องศึกษาแนวทางในการวัดและประเมินผล การสร้างเครื่องมือวัดให้ มีคุณภาพนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามเนื้อหาและจุดประสงค์ของการเรียนรู้สาระนาฏศิลป์ ของชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

5. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ ความรู้สึกของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดกิจกรรมนาฏศิลป์พื้นเมืองอีสานงานบุญบั้งไฟ

6. นักเรียน หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนบ้านคูเมือง (อ่อนนุเคราะห์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 จำนวน 20 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

สมมุติฐานการวิจัย

นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ที่ เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานงานบุญบั้งไฟ มีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

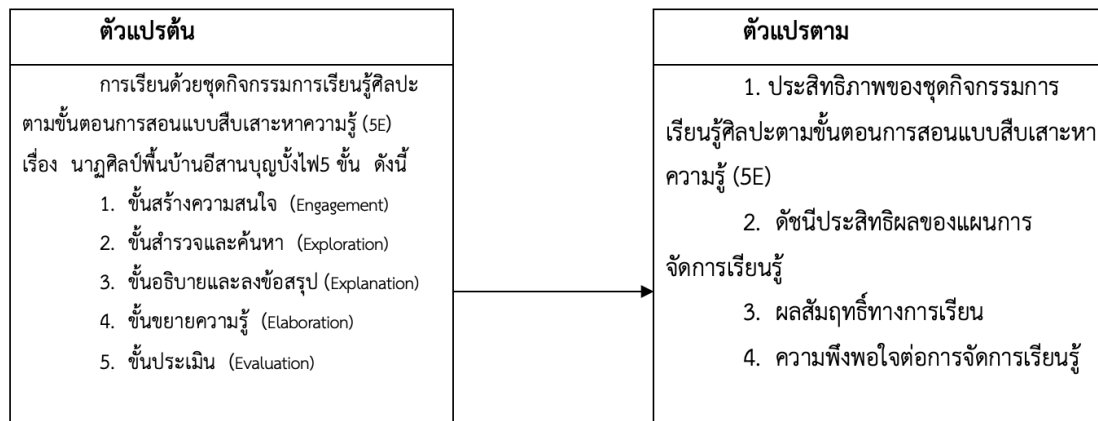
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่อุบลราชธานีเขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E โดยการสอนแบบ 5E โดยใช้แนวคิดของคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivism) ประกอบด้วย 5 ขั้น. ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) ขั้นสำรวจและค้นหา (Exploration) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration)

และขั้นประเมิน (Evaluation) กำหนดดังกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้สอน คือ นาฏศิลป์พื้นเมือง เป็นแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะตามขั้นตอนการสอนแบบ 5E ได้แก่ ประเพณีและงานบุญของชาวอีสาน การแห่บั้งไฟ บุญเดือน 6 การแต่งกายพื้นบ้านรำเซิ้งอีสาน ภาษาทำนนาฏยศัพท์นาฏศิลป์พื้นบ้าน การรำเซิ้งแห่บั้งไฟ ดนตรีพื้นบ้านอีสาน ประกอบรำเซิ้งแห่บั้งไฟ การประดิษฐ์ทำรำฟ้อนจากนาฏยศัพท์เบื้องต้น และการเขียนโครงการศิลปะ (กระทรวงศึกษา, 2551)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 ปีการศึกษา 2562 มีจำนวน 445 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนอนุเคราะห์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 ปีการศึกษา 2562 ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) จำนวน 20 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ 5E

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1) ประสิทธิภาพของชุดการสอนโดยการจัดการเรียนรู้แบบ 5E

2) ดัชนีประสิทธิผลของชุดการสอนแบบ 5E

3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

4) ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้

4. ระยะเวลาที่ใช้แผนการสอนนาฏศิลป์พื้นเมืองอีสานงาน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 20 ชั่วโมง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 5 ประเภท ดังนี้

3.1. แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้าน จำนวน 8 แผน จำนวน 20 ชั่วโมง โดยรวมแผนการจัดการเรียนรู้ทดสอบก่อนเรียนและทดสอบหลังเรียน รวมเป็น 20 ชั่วโมง

3.2. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 8 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 เรื่อง ประเพณีและงานบุญของชาวอีสาน ชุดที่ 2 เรื่อง การแห่เทียนบั้งไฟ บุญเดือน 6 ชุดที่ 3 เรื่อง การแต่งกายพื้นเมืองรำเซิ้งอีสาน ชุดที่ 4 เรื่อง ภาษาทำนนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานชุดที่ 5 เรื่อง การรำเซิ้งบุญบั้งไฟ

ชุดที่ 6 เรื่อง ดนตรีพื้นบ้านชุดที่ 7 เรื่อง การประดิษฐ์ทำรำชุดที่ 8 เรื่อง การเขียนโครงงานศิลปะ

3.3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง หน่วยงานนาฏศิลป์พื้นบ้าน จำนวน 40 ข้อ

3.4. แบบประเมินการทำงานเป็นกลุ่ม

3.5. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้

วิธีดำเนินการทดลอง

1. ทดสอบก่อนการทดลอง (Pretest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 5 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 40 ข้อ คะแนนเต็ม 40 คะแนน ในวันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562

2. ดำเนินการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่กำหนด ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 กับนักเรียน โดยทำการสอนทั้งหมด 18 ชั่วโมง เริ่มดำเนินการสอนตั้งแต่วันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 30 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

3. เมื่อจบการทดลองจึงทำการทดสอบหลังการทดลอง (Posttest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ชุดเดียวกับใช้ทดสอบก่อนการทดลอง ในวันที่ 30 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 แล้วบันทึกคะแนนเพื่อเปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนการทดลอง (Pretest) จากนั้นให้นักเรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

4. นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการทดลองไปวิเคราะห์ค่าสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะ (5E) เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้าน กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 84.97/82.75 ซึ่งถือว่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

2. ดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องนาฏศิลป์พื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านคูเมือง (อ่อนอนุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุลาราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E มีค่าดัชนีประสิทธิผล $EI=76.53$

3. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนคูเมือง(อ่อนอนุเคราะห์) ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวารินชำราบ3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุลาราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนคูเมือง(อ่อนอนุเคราะห์) ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุลาราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

อภิปรายผล

1. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้าน กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 84.97/82.75 ซึ่งถือว่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 หมายความว่า นักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ของโรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนอนุเคราะห์) ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 20 คน สามารถทำคะแนนหรือตอบคำถามในกิจกรรมระหว่างเรียน รวมทั้ง 8 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84.97 และสามารถทำคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน คิดเป็นร้อยละ 82.75 ทั้งนี้เป็นเพราะเอกสารหลักสูตร กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ตามหลักสูตรแกนกลาง พ.ศ. 2551 รวมถึงหลักสูตรสถานศึกษา และวิเคราะห์ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ก่อนจะกำหนดหน่วยการเรียนรู้ ขอบข่ายเนื้อหาย่อยและจุดประสงค์การเรียนรู้ของการเรียน จึงทำให้เนื้อหาของชุดกิจกรรมที่กำหนดขึ้นในครั้งนี้ 2) กำหนดหน่วยการสอนโดยการแบ่งเนื้อหาวิชาที่ครูจะถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียนได้ในหนึ่งสัปดาห์หรือหนึ่งครั้ง 3) กำหนดหัวเรื่องในการสอนแต่ละหน่วย ผู้สอนจะให้ประสบการณ์อะไรบ้างกับนักเรียน 4) กำหนดมโนทัศน์และหลักการให้สอดคล้องกับหัวเรื่องและสรุปรวมนแนวคิด สาระหลักเกณฑ์ที่สำคัญไว้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดเนื้อหาการสอนให้สอดคล้องกัน 5) กำหนด

จุดประสงค์ให้สอดคล้องกับหัวเรื่อง ควรกำหนดเป็นจุดประสงค์ทั่วไปแล้วเปลี่ยนแปลงเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมไว้ทุกครั้ง 6) กำหนดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม 7) กำหนดแบบประเมินผล ต้องประเมินผลให้สอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมโดยใช้แบบทดสอบอิงเกณฑ์ เพื่อให้ผู้สอนทราบว่าหลังจากที่ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนแล้ว นักเรียนได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้หรือไม่ 8) เลือกและผลิตสื่อการสอน วัสดุอุปกรณ์และวิธีการใช้ซึ่งถือว่าเป็นสื่อการสอน ควรจัดไว้เป็นหมวดหมู่ก่อนที่จะนำไปทดลองและหาประสิทธิภาพ 9) หาประสิทธิภาพของชุดการสอน 10) นำชุดการสอนที่ได้รับการปรับปรุงและมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้แล้วไปสอนนักเรียนตามประเภทของชุดการสอนและตามระดับการศึกษา ซึ่งผลสรุปที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของแสงระวี วรรณกะขนะ (2550, หน้า 91 - 92)

2. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนนุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร เขต 1 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.1 ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้าน กลุ่มสาระการเรียนรู้ มีขั้นตอนการสร้างอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นจากการศึกษาหลักสูตรแกนกลางกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ พ.ศ.2551 และวิเคราะห์หลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนนุเคราะห์) ตัวชี้วัด และสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เพื่อกำหนดกิจกรรมและจุดประสงค์การเรียนรู้ในชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แต่ละชุด จึงทำให้นเนื้อหา กิจกรรม การฝึก มีความเหมาะสมกับระดับชั้นของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 คำสั่ง คำชี้แจงในการใช้ชุดกิจกรรมสำหรับครูและสำหรับนักเรียน มีบทบาทและรายละเอียดชัดเจน เนื้อหาไม่ยากหรือง่ายจนเกินไป นอกจากนี้สื่อการเรียนรู้อะไรและการวัดผลประเมินผล มีความหลากหลาย ในบางชั่วโมง

ของการเรียน ผู้วิจัยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการทำงานกิจกรรมด้วย

2.2 การสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ที่จัดขึ้นในครั้งนี้ มีขั้นตอนการจัดกิจกรรม

ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นพบหรือสร้างความรู้ด้วยตนเอง ตามรูปแบบการเรียนรู้ภายใต้ทฤษฎีสรุสร้างความรู้ (Constructivism) ซึ่งในกระบวนการเรียนรู้ นั้น นักเรียนจะต้องเป็นผู้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองหรือสร้างความรู้ด้วยตนเอง โดยใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ จึงจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย และสามารถสร้างเป็นองค์ความรู้ของนักเรียนเอง ในขณะที่ครูผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมาย (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2553) ซึ่งผู้วิจัยนำแนวทางการจัดกิจกรรมดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน ในครั้งนี้ จึงทำให้ผู้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในเนื้อหา “สิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อม ” ได้เป็นอย่างดี สามารถทำความเข้าใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนได้สูงกว่าก่อนเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิมนวล พุทธชา (2549,) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ผลการจัดกิจกรรมการ

3. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 มีความพึงพอใจต่อการเรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ หน่วยงานศิลปพื้นบ้าน ประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนในเครือข่ายวารินชำราบ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า นักเรียนรู้สึก พึงพอใจมากที่สุด ข้อ 12 นักเรียนพอใจและจำได้ดีเมื่อได้ใช้สื่อหรือชุดกิจกรรมที่ครูนำมาสอน รองลงมา นักเรียนพึงพอใจในข้อ 8 มีความสนุกสนานกับการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุดกิจกรรม และข้อ 15 รูปแบบการสอนของครูทำให้นักเรียนเกิดความกระตือรือร้นในการเรียน เนื่องมาจากการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง นาฏศิลป์พื้นบ้าน เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการกระตุ้นและเร้าให้นักเรียนมีความกระตือรือร้นอยากรู้ อยากเห็น

ดังนั้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การดำเนินการจัดการเรียนรู้ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้

รู้ศิลปะ หน่วยนาฏศิลป์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านคูเมือง(อ่อนนุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 4 โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบ 5E ที่ผู้รายงานสร้างขึ้น เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการประกอบการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ เพราะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน โดยนักเรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ทุกขั้นตอนอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพในการพัฒนาด้านทักษะกระบวนการทำให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ส่งผลให้นักเรียนมีจิตวิทยาศาสตร์และเรียนรู้อย่างมีความสุข จึงเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับนักเรียนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและมีความพึงพอใจต่อการเรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะ อยู่ในระดับมากที่สุด จึงควรนำวิธีการจัดการเรียนรู้แบบนี้ไปใช้ในการจัดการเรียนรู้กับนักเรียนในสถานศึกษาอื่นและประยุกต์ใช้ในระดับชั้นอื่นต่อไป เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมให้ผู้

เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์และเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

1.2 ครูผู้สอนต้องวางแผนการจัดการเรียนรู้ให้ดีพร้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียน รวมทั้งต้องชี้แจงทำความเข้าใจให้นักเรียนเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองในระหว่างการจัดการเรียนรู้ เลือกหัวข้อและเนื้อหาสาระตามที่สนใจ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของเนื้อหา จึงจะทำให้การเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ

1.3 ในการจัดการกิจกรรมการเรียนการสอน ครูผู้สอนควรตรวจสอบการเรียนรู้โดยดูการตอบคำถามของนักเรียนในการใช้ทักษะกระบวนการต่าง ๆ และแจ้งให้นักเรียนทราบผลการตรวจในชั่วโมงต่อไป เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนเกิดความเพียรพยายามในการเรียนรู้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้นาฏศิลป์ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ในเนื้อหาอื่น ๆ และระดับชั้นอื่น ๆ

2.2 ควรมีการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยมีการจดบันทึกและเก็บข้อมูลระหว่างการเรียนรู้และนำข้อมูลนั้นมาเป็นประโยชน์ในการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2554). *คู่มือหลักสูตรประถมศึกษา พุทธศักราช 2551* (ฉบับปรับปรุง 2554). โรงพิมพ์การศาสนา. กอปรพร คำศรีสุข. (2546). *การพัฒนาชุดการสอนเรื่องพระมหากษัตริย์ ตอน ปรีชาเมฆะมั่งสองต้น สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วาสนา บันทูปา. (2539). *พื่อนสวยมืออีสาน*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สภาวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี. (xxxx). *ภูมิปัญญาชาวบ้านไทยอีสาน*. โรงพิมพ์ประชามติออฟเซต,
- Ashby, E. (1972). *The fourth Revolution Instructional Technology in Higher Education*. McGraw-Hill.
- Brown, J. W. A. V. (1972). *Instructional Technology Media and Methods*. McGraw-Hill.

แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาด
ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดจันทบุรี
Guideline of using online media for marketing of
tourism industry business in chanthaburi province

จเร เกื่อนพวงแก้ว¹ จำเริญ คังคะศรี² อรพรรณ ถาวรรุศม์³

ภุริพัฒน์ แก้วตานวัฒนา⁴ และ อังศุมาริน สุขัยรัตนโชค⁵

Jaray Thuenphuangkaew, Chamroen Khanghasri, Oraphan Thawarayusm

Phuriphat Kaewtatanawattana and Aungsumarin Suchairatanachoke

Article History

Received: September 10, 2021

Revised: November 25, 2021

Accepted: December 18, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย 1. ธุรกิจนำเที่ยว 2. ธุรกิจที่พักแรม 3. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และ 6. ธุรกิจนันทนาการ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา และสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .84 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

¹ อาจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat

E-mail: Jaray.t@rbu.ac.th *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof., Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat

⁴⁻⁵ อาจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat

การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด 5 ประเภท คือ การโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคลออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 5 เครื่องมือ และการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ควรมีการสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ เช่น Facebook, Instagram, YouTube, Line ฯลฯ ซึ่งกำลังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเป็นอย่างยิ่งเพราะสื่อออนไลน์สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วมีความคล่องตัวสูง และมีราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่ายสื่อออนไลน์ไม่มีข้อจำกัด ด้านเวลา สถานที่ สื่อออนไลน์ยังสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ในปัจจุบันที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการใช้สื่อออนไลน์ ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: สื่อออนไลน์, การตลาด, ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Abstract

The purpose of this research is to study guideline of using online media for marketing of the tourism industry business in Chanthaburi province. The research was a survey method. The sample group for research was 400 people consisted of the tourism industry business in Chanthaburi province, which are 1. tour business 2. accommodation business 3. food and beverage business 4. selling goods and souvenirs business 5. transportation business and 6. recreation business the quota samples were chosen by convenient random sampling. The research instrument was a questionnaire and the reliability was .84. The statistics used in the data analysis was frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Test the hypothesis by F-test,

One-way ANOVA, compare the differences in pairs by Scheffe method and correlation coefficient analysis Pearson correlation.

The results revealed that the using online media for marketing of tourism industry business in Chanthaburi province of 5 types, which are 1. advertising online 2. public relation online 3. sell promotion online 4. personal sells online 5. direct marketing online was overall and in each individual aspect at a highest level. The highest mean value in the public relation online aspect. The hypothesis results found that the correlation coefficient between the nature of the tourism industry business and using online media for marketing is a statistically significant positive relationship at .05 level.

Guidelines for the marketing of online media for the tourism industry in Chanthaburi province. In other types of online media such as Facebook, Instagram, YouTube, Line, etc., which are attracting a lot of entrepreneurs, especially, online media can be easily adapted to news content, fast, highly streamlined

and cheap compared to other media. Target customers have easy access to online media, no time restrictions. The location is perfect. Online media is also consistent with the current media exposure behavior in which the majority of audiences use online media to seek of tourist information.

Keywords: Online media, Marketing, Tourism industry business

บทนำ

ปัจจุบันสื่อออนไลน์กลายเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตของประชาชนมากขึ้น เห็นได้จากกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่ต้องมีการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ ทั้งในฐานะผู้รับหรือผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ซึ่งข้อมูลข่าวสารทุกอย่างนั้นต้องเร็วและสามารถเข้าถึงได้ง่าย การใช้สื่อออนไลน์จึงเป็นจุดแข็งของการเป็นเครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ที่ทำให้ผู้รับสารหรือผู้ส่งสารสามารถติดตามสถานการณ์โลกได้อย่างทันเหตุการณ์ การสื่อสารออนไลน์นี้จึงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ทางการตลาด เป็นช่องทางที่ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหว หรือการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เข้าถึง ได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้สื่อออนไลน์ยังช่วยสร้างรายได้หรือสร้างอาชีพให้กับบุคคลองค์กรต่าง ๆ ได้ เช่น การขายของออนไลน์ การไลฟ์สด และอื่น ๆ เป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มรายได้เป็นอย่างดี หากว่าเลือกใช้การสื่อสารออนไลน์ได้อย่างถูกวิธี จะช่วยสร้างข้อมูลเพื่อ การตัดสินใจด้านต่าง ๆ ได้มากขึ้น จากแผนพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดชายทะเลฝั่งตะวันออก ปี พ.ศ. 2561 - 2564 ที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วมในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี มีมาตรฐานสู่สากลโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติแบบสมดุล ยึดการมีส่วนร่วมเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มภาคตะวันออก, 2560) โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาชุมชนผ่านทางการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การกระตุ้นเศรษฐกิจและการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างความภูมิใจของคนในท้องถิ่น ซึ่งจังหวัดจันทบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของประชาชนใน

พื้นที่ อีกทั้งการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีได้สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เกิดจากการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ภาครัฐและผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในสายตาของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด และพยายามรักษาไว้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณา การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดเวลา จะสามารถสร้างการจดจำและสร้างโอกาสในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้มากขึ้น (Madupu, 2006)

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น การใช้สื่อออนไลน์ได้เข้ามาเปลี่ยนโฉมหน้าทางการสื่อสารในทุกมิติ และมีบทบาทมากในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งการสื่อสารออนไลน์มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มีการซื้อบริการในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี รวมถึงพื้นที่อื่นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ อันเป็นการนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้เกิดประโยชน์กับทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและประเทศชาติ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะธุรกิจกับการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี มีการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้ง 10 อำเภอของจังหวัดจันทบุรี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี
3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี 6 ประเภท คือ 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจที่พักแรม 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ จำนวน 400 ราย ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบโควตา
4. ขอบเขตด้านเวลา คือ ใช้เวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ (Online Media) สื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องโดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูลอีกทั้งเป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการการสร้างข้อมูลเกี่ยวกับตนเองแลกเปลี่ยนข้อมูลในเชิงสาธารณะและติดต่อกับผู้อื่นได้ ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สื่อออนไลน์ถือว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทใหม่เกิดจากการผสมผสานคุณสมบัติ

ของสื่อบุคคลและสื่อสารมวลชนเข้าไว้ด้วยกันเนื่องจากนำเอาคุณลักษณะการสื่อสารสองทางของสื่อระหว่างบุคคลที่ข้อมูลป้อนกลับสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วโดยทั้งสองฝ่ายอยู่ในบทบาทผู้รับและผู้ส่งสารควบรวมเข้ากับความเป็นสื่อมวลชนที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในวงกว้างได้ทำให้สื่อออนไลน์นี้มีเทคนิคการนำไปใช้งานที่หลากหลาย

แนวคิดการส่งเสริมการตลาด Kotler (2003) กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาดในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของสินค้าและบริการต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้จดจำและมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการหรือเกิดพฤติกรรมตามที่องค์กรคาดหวังโดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาดหรือช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้นเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากที่สุดโดยการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรวางไว้ได้นั้นต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสารการตลาด เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากเจ้าของสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้จดจำขึ้นชอบและต้องการซื้อในที่สุด (กัลยา จยุติรัตน์, 2550)

แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาด การทำการตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ เป็นการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสื่อสารข้อมูลกระตุ้นความต้องการและสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการรวมถึงมุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีแทนการมุ่งเน้นการขายสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว (Gordhamer, 2009) โดยเน้นกลยุทธ์การสื่อสารบนสื่อออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วม กระตุ้นให้เกิดการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย และสร้างการปฏิสัมพันธ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างธุรกิจและกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ขนาดของตลาดและโอกาสทางการตลาดขยายเพิ่มมากขึ้น (Mangold & Faulds, 2009) ดังนั้นการตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีความสำคัญกับการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการ มีการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความรู้ข้อมูล ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยองค์กรธุรกิจสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตนเองแก่ลูกค้าได้โดยตรงและในเวลาเดียวกันสามารถสื่อสารกับลูกค้าจำนวนมากพร้อมกัน

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ถึงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากตัวกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีประกอบด้วย 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจที่พักแรม 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา และสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) การหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อออนไลน์กับการสื่อสารการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีสามารถสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่าเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทที่พักแรมมากที่สุด ร้อยละ 37.00 รองลงมา เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทธุรกิจนำเที่ยว ร้อยละ 33.75 และน้อยที่สุดเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทนันทนาการ ร้อยละ 2.50 โดยมีรูปแบบการจดทะเบียนเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 41.00 รองลงมา เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญ ร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการจดทะเบียนบริษัทจำกัด (มหาชน) ร้อยละ 2.75 และเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีขนาด 120 คนขึ้นไป มากที่สุดร้อยละ 32.75 รองลงมา เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีขนาด 91 - 120

คน ร้อยละ 21.50 และน้อยที่สุดเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีขนาด 1 - 30 คน ร้อยละ 13.25

2. ผลการศึกษากการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีพบว่า การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า 1) ประเภทของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อออนไลน์ ด้านการโฆษณาออนไลน์, ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์, ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์, ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ 2) รูปแบบการจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อออนไลน์ทุกด้าน 3) ขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อออนไลน์ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจนันทนาการ โดยมีรูปแบบการจดทะเบียนเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท จำกัด และส่วนใหญ่เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีขนาด 120 คนขึ้นไป ขนาด 91 - 120 คน และขนาด 1 - 30 คน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จังหวัดจันทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมีความโดดเด่นไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน วัฒนธรรม และวิถีความเป็นอยู่ที่ทรงคุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับ

การสืบทอดมาช้านาน ทริพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนในจังหวัดจันทบุรีมีจำนวนสถานประกอบการที่ให้บริการที่พักแรมโดยมีลักษณะการให้บริการที่พักแรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นสถานประกอบการที่มีเจ้าของเป็นบุคคลธรรมดาคนเดียว และมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่ประกอบการในแต่ละพื้นที่ตามบริบทของแต่ละชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมท่องเที่ยว และสามารถเลือกทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดิกแมน (Dickman, 1989) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย ที่พัก (Accommodation) การคมนาคม (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้งในโอกาสต่อไป

2. จากผลการศึกษาการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่ามี 5 ด้าน คือ ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายได้ ดังนี้

2.1 ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยในเว็บไซต์ของธุรกิจมีการโฆษณาเพื่อกระตุ้นเร่งเร้าให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และเว็บไซต์ของธุรกิจมีรายละเอียดเกี่ยวกับราคาสินค้าหรือบริการ เช่น ราคาห้องพักพร้อมอาหารเช้า ราคาห้องประชุมสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการโฆษณาออนไลน์ เป็นวิธีที่เร็วที่สุดในการทำให้ผู้คนมองเห็นโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวลรัตน์ ทองช่วย และบำรุง ศรีนวลปาน (2556) ที่ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจที่มีผลต่อการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ด้านปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจนิยมใช้โฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก คือต้องนำเสนอตัว

สินค้าให้เห็นทุกแง่มุม และผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวทางการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจมากขึ้น และยังพบว่า ประเภทสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมสำหรับการโฆษณาในสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมากก็คือ สินค้าประเภทบริการ เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยการเสนอสาระที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในเว็บไซต์ และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยเสนอความช่วยเหลือแก่สังคมหรือบริการแก่สังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการประชาสัมพันธ์ออนไลน์จำเป็นต้องสื่อสารให้สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาน่าสนใจอย่างโดดเด่นชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมเป็นสำคัญ เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ส่งสารด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนกพล ชัยรัตน์ ศักดิ์ดา (2557) ที่ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารข้อมูลที่เป็นจริง ด้านการท่องเที่ยว และตัดสินใจเดินทางเที่ยว และพบว่า การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชนเป็นการสร้างรายได้ของชนในชุมชน ซึ่งการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน สื่อมวลชนเป็นผู้เสนอความช่วยเหลือแก่สังคมผ่านการให้บริการสังคมและชุมชน เป็นการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมอันเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นอาชีพนำมาซึ่งรายได้

2.3 ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับที่สูงสุดมาก พบว่า มีการมอบของแถมและส่วนลดให้กับลูกค้าในช่วงวันเทศกาลสำคัญ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการส่งเสริมการขายออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็นเช่นเดียวกับการค้าปกติโดยรูปแบบมีตั้งแต่การจัดชิงรางวัล การให้ส่วนลดพิเศษ ในเทศกาลต่างๆ เพราะเป็นวิธีที่ช่วยกระตุ้นและโน้มน้าวใจการซื้อให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการส่งเสริมการขายยังรวมถึงบริการหลังการขายด้วย เพราะการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าครั้งหนึ่งนั้น ไม่ได้หมายถึงการที่ผู้ขายจะได้รับเพียงคำสั่งซื้อเดียว หากมีบริการที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของทวีวัลย์ วัฒนสิน (2554) ที่ศึกษาการส่งเสริมการขาย

ที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่: มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร พบว่า การลดราคาและแถมสินค้าแบบเดียวกันเป็นการส่งเสริมการขายที่ทั้งผู้บริโภคและผู้บริหารธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับสูงสุด โดยที่การลดราคาเป็นวิธีการที่เข้าใจง่ายชัดเจน ไม่ซับซ้อน ถ้ามีเงื่อนไขการซื้อมากขึ้นผู้บริโภคจะซื้อน้อยลง เช่น ซื้อชิ้นที่ 2 ลดราคาร้อยละ 50 เพราะผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการคิดนานขึ้น คุณค่าของการลดราคาจะสัมพันธ์กับคุณภาพและจำนวนเงินของการลดราคา ยิ่งได้ส่วนลดสูงยิ่งมีคุณค่ามากขึ้น ดังนั้นการลดราคาสินค้าใหม่หรือสินค้าคุณภาพระดับเดียวกันจะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากกว่าส่วนการแถมสินค้าอย่างเดียวกัน โดยเฉพาะซื้อ 1 แถม 1 ถือว่าเป็นการให้ส่วนลดที่สูงมากลูกค้าตัดสินใจซื้อ ได้เร็วไม่ต้องคิดนาน เหมาะกับผู้มีรายได้ปานกลางและน้อย แต่สาเหตุที่ซื้อรองจากการลดราคาเพราะเหมือนให้ซื้อเพิ่มขึ้นหรือเป็นการระบายสินค้าเก่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่คาดหวังเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับธุรกิจและบริการของธุรกิจ

2.4 ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า มีพนักงานขายหรือเจ้าหน้าที่การตลาดออนไลน์ให้บริการที่ดี ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้าจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าพนักงานจะทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าธุรกิจ สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้อย่างตรงประเด็น และหาสิ่งที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ง่ายกว่า รวมถึงทำให้ลูกค้าสนใจ ตอบคำถาม ได้ด้วยความเข้าใจผิดของลูกค้า โน้มน้าวใจปิดการขาย รวมถึงการติดตามลูกค้าหลังการขาย ซึ่งการขายโดยบุคคลออนไลน์จะเป็นสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของเอกรัตน์ ลตวรรณ (2550) ที่ศึกษาเรื่องการใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียวของเดอะเบตส์ซ็อบ พบว่าการขายโดยพนักงานขายหรือการขายโดยบุคคล เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากพนักงานขายถือเป็นตัวแทนของบริษัท ในการทำหน้าที่สื่อสารให้เห็นถึงนโยบายหลักคือ บริการ

ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพแม่นยำและเป็นมิตร ซึ่งพนักงานขายจะทำหน้าที่ขายค่านิยมของบริษัทต่อลูกค้าโดยเป็นผู้แนะนำสินค้าและบริการให้ลูกค้ารู้จัก สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และจัดหาข้อมูลให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

2.5 ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ (Online Direct Marketing) โดยรวมอยู่ในระดับที่ต่ำที่สุด พบว่า มีการให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพและในช่วงเวลาที่เหมาะสม และมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงกับเว็บไซต์หลักของธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการตลาดในลักษณะนี้จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และเป็นการทำการตลาดแบบกระจาย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่เราสามารถได้รับผลตอบรับที่ทันทั่วถึง และยังเป็นช่องทางที่มีความนิยม และให้การตอบรับอย่างมาก ในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของอุไรพัฒน์ แก้วดารณวัฒนา (2561) ที่ศึกษา การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใช้การตลาดทางตรงออนไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกของธุรกิจผ่านทางเว็บไซต์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารจากธุรกิจ ซึ่งการตลาดทางตรงเป็นกระบวนการสื่อสารการตลาดที่มีพื้นฐานมาจากการที่ธุรกิจมีฐานข้อมูลของลูกค้าที่สามารถใช้สื่อสารกันได้อย่างเป็นส่วนตัว อาทิ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ Facebook Instagram Twitter LINE เว็บไซต์ อีเมล อินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้บริโภคคือ นักท่องเที่ยวสามารถตอบโต้กันได้โดยใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลายเพื่อจูงใจให้ลูกค้าและผู้บริโภคที่คาดหวังเกิดการตอบสนอง เป็นการสื่อสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพื่อส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งธุรกิจสามารถประเมิน และวัดผลการตอบสนองของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ

3. จากผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ลักษณะธุรกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของ

ธุรกิจ รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจและขนาดของธุรกิจที่ต่างกัน มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าแต่ละธุรกิจมีบริบทในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องใช้สื่อออนไลน์ในลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจจำเป็นต้องพิจารณา รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างอรรถประโยชน์ ด้านการเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าที่ได้รับจาก การใช้สื่อออนไลน์ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวรรณ สมประสงค์ และมณฑุยาสา ทองมาก (2558) ที่ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยปัจจัยเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ SMEs มากที่สุด รองลงมาได้แก่ปัจจัยความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าและการปรับปรุงกระบวนการสื่อสารกับลูกค้า ปัจจัยการตระหนักรับรู้ถึง การมีอยู่ของเครือข่าย และปัจจัยการประหยัดต้นทุน แสดงให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าให้แก่ SMEs ได้จริง

4. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ลักษณะธุรกิจกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประเภทของธุรกิจอุตสาหกรรม ลักษณะการจดทะเบียนและขนาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิษฎา ญัฐพงศ์ฤทธิ์ (2559) ที่ศึกษาการรับรู้ข้อมูล การท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรม การตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูล การท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่น่าเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อภาคธุรกิจ

1. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ควรประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมและหลากหลาย โดยนำเสนอร่วมกับสื่อสารมวลชนอื่น ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ และควรให้ความสนใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมด้วย อาทิเช่น เฟซบุ๊กอินสตาแกรม ทวิตเตอร์ไลน์ เป็นต้น เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถตอบสนองพฤติกรรมและการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น มีความสะดวกและรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และมีราคาถูก ดังนั้นจึงต้องใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง
2. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจันทบุรี ควรมีการบริหารจัดการร่วมกัน อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนเป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ การวางแผนงาน การดำเนินการ และการติดตามผลการดำเนินงาน ที่บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วม เพื่อให้กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภคจำนวนมาก สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรอบด้าน สามารถนำเสนอข่าวสารได้ตรงกับเป้าหมายตรงประเด็นกับความต้องการ ความคิด และทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาการส่งเสริมการตลาด
3. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจันทบุรีควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ดี (Best practice) ในการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยเน้นสื่อสารเนื้อหาทางการตลาดให้สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ประกอบการและชุมชน
4. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจันทบุรี ควรมีระบบในการกำกับติดตาม ตรวจสอบและควบคุมการใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากสื่อออนไลน์ยังเป็นสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเป็นสื่อที่มีการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลได้ตลอดเวลา จำเป็นที่จะต้องติดตามความเคลื่อนไหวของเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องสะท้อนเอกลักษณ์และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
5. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจันทบุรีควรมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ โดยสนับสนุนในการนำสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายชนิดมาประยุกต์

ใช้ เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาด เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน ด้วยความรู้สึที่เป็นมิตรและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยมุ่งศึกษาการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจาะจง เฉพาะรายการส่งเสริมการตลาดทางสื่อออนไลน์เท่านั้น ดังนั้นผู้สนใจควรที่จะศึกษาการใช้สื่อมวลชนอื่นและการใช้สื่อออนไลน์อื่น ๆ เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก ยูทูบ เป็นต้น เพื่อจะได้มองเห็นภาพรวมและประสิทธิภาพทั้งหมดของสื่อทุกประเภทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่มีความห่างไกล ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและคุณภาพชีวิต

เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและคุณภาพชีวิต

2. งานวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้สนใจควรที่จะใช้การวิจัยโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศเพื่อที่จะได้เห็นลักษณะของการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ

3. ควรทำการศึกษา เพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ในการวิจัย เช่น ประสิทธิภาพของการใช้สื่อออนไลน์ ที่อาจส่งผลต่อการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น และสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงสื่อออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และตรงหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา จุฑิรัตน์. (2550). *หลักการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ออลบุ๊คส์พับลิชชิง.
- ชนกพล ชัยรัตน์ศักดิ์ดา. (2556). *ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์.
- ชวัลรัตน์ ทองช่วย และบำรุง ศรีนวลปาน. (2556). กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย. *Journal of Information Science and Technology*, 1(1), 1-13.
- ภัทรวรรณ สมประสงค์ และมณฑุปายาส ทองมาก. (2558). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 1(1), 86-101.
- ภูริพัฒน์ แก้วตาธวันวัฒนา. (2561). *การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเกริก, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ภาควิชาการนิเทศการ.
- รติวัลย์ วัฒนสิน. (2554). การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่: มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร. *วารสารวิจัย มสท สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 8(2), 153-173.
- สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มภาคตะวันออก, 2560
- อภิญา ฐิษฐพงศ์ฤทธิ์. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ. *รายงานสืบเนื่อง ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 หัวข้อนวัตกรรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ1 กรกฎาคม 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- เอกรัตน์ ลตวรรณ. (2550). *การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียวของเดอะบอดีส์อ็อป*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Dickman, S. (1989). *Tourism: An Introductory Text*. Australia: Hodder

Gordhamer, S. (2009). *4 Ways Social Media is Changing Business*. Retrieved from <http://Marshable.Com/2009/09/22/Social-Media-Business>.

Kotler (2003)

Madupu, V. (2006). *Online brand community participation: Antecedents and consequences*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 3230964).

Mangold, W. Glynn & Faulds, David J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons Elsevier*, 52(4), 357-365.

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา

The Cost and Benefit Analysis of Date Palm Plantation in Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province

ชฎาพร ทีฆาอุตมากร¹ และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร²

Chadaporn Teekauttamakorn and Saowanee Samantreeporn

Article History

Received: January 24, 2022

Revised: February 10, 2022

Accepted: February 10, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาต้นทุนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาผลตอบแทนจากการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากสวน“อินทผลัมโคราช”(KDP หรือ KORAT DATE PALM) ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพท.) ด้วยการรวมกลุ่มเกษตรกรจำนวน 7 รายซึ่งเป็นพี่น้องกัน โดยมีคุณประทีน อภิชาติเสนีย์เป็นผู้นำเกษตรกร ใช้เวลาทดลองการปลูกเป็นเวลา 9 ปีจึงประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกแบบมีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน (PB) อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิและกำไรต่อหน่วย การนำเสนอข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า การปลูกอินทผลัมของกลุ่มเกษตรกรมีเงินลงทุนเริ่มแรก 17,972,000 บาท เนื้อที่ 80 ไร่ มีจำนวนอินทผลัม 2,000 ต้น ให้ผลผลิตได้ ปีละครั้งเป็นจำนวน 1,600 ต้น โดยออกผลครั้งแรกในปีที่ 3 รายได้รวมเฉลี่ยปีละ 180,000 บาทต่อไร่ ต้นทุนเฉลี่ยปีละ 60,185 บาทต่อไร่ ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 6 วัน อัตราผลตอบแทนการลงทุน 61.23% มูลค่าปัจจุบัน 99,065,262 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.52 เท่า อัตรากำไรจากการดำเนินงานเฉลี่ยปีละ 66.92% อัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยปีละ 53.54% เป็นจำนวนเงินเฉลี่ยปีละ 7,708,952 บาท คิดเป็น 96,362 บาทต่อไร่หรือปีละ 3,854 บาทต่อต้น และ 41 บาทต่อกิโลกรัม

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน อินทผลัม

¹ รองศาสตราจารย์, ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assist.Prof, Ph.D., Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University

² หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Lecture, Ph.D. Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Southeast Asia University

Email: film.phd5@gmail.com *Corresponding author

Abstract

The objectives of this study were: 1) to investigate the investment capital in planting date palm plantation in Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province, 2) to ascertain the returns on investment in planting date palm plantation in Pak Thong Chai, Nakhon Ratchasima Province, and 3) to analyze the investment capital and the returns on investment in planting date palm plantation. The sample of the study was purposively selected from various date palm plantations in Nakhon Ratchasima Province or from KORAT Date Palm (KDP or KORAT DATE PALM) which is the leasing center pertaining to the models increasing the agricultural products. The center came into being resulting from the formation of 7 farmers who were close relatives. Mr. Pratin Apichatsanee is now the head of the farmer group. These farmers spent 9 years in the experimentation of the planting of date palm plantation and finally the experimentation met with a great success. The researcher collected the required data by conducting in depth interviews with the farmers with the help of the structural interviews guide. The collected data were analyzed by resorting to descriptive statistics percentage, frequency and mean with regard to the analysis of the investment capital and the return on investment, the following aspects were focused: the payback period (PB), the rate of return on investment (ROI), the net present value (NPV),) the rate of benefit cost ratio, the rate of profits gained from operations, the rate of net profit margin and the rate of earning per unit. The presentation of the results of the data analysis was in the form of description. The findings of the study are as follows: the planting of date palm plantation of the farmers incurred initial investment capital in the amount of 17,972,000 baht and required a planting area of 80 rai, as well as 2,000 date palm trees, 1,600 date palm trees in the KORAT plantations yielded crops covey year; they yielded crops for the first time in the third year. The annual income was 180,000 baht per rai, the annual investment capital was 60,185 baht per rai, the payback period was 4 years 1 month and 6 days, the return on investment was 61.23%, the net present value was 99,065,262 baht, the rate of return is investment was 2.52 times of the investment capital. In the average, the annual profit of operation was 66.92%, the annual net profit margin was 53.54% or in the amount of 7,708,952 baht per year or 96,362 baht per rai or 3,854 baht was obtained from the fruits of each palm tree in each year and the profit of date palm was 41 baht per kilogram.

Keyword: Cost, Benefit, Date Palm

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นฐานการเกษตรเป็นหลัก อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2563) ขณะที่อินทผลัมเป็นพืชที่ถูกยกย่องว่าเป็นสัญลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์และความอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีบทบาทสำคัญทางจิตวิญญาณและวัฒนธรรมของชาวตะวันออกกลางเป็นอันมาก ซึ่งเห็นได้

จากแผ่นจารึกภาพของอินทผลัมและการเพาะปลูกอินทผลัมจารึกในอารยธรรมของชาวอัสซีเรียน (Assyrian) บาบิโลเนียน (Babylonian) รวมถึงในประมวลกฎหมายฮัมมูราบี (Code of Hammurabi) ที่ได้บัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการเพาะปลูกและค้าขายอินทผลัมด้วย (Chao & Krueger, 2007 ; Ahmad Al-Harrasi et al., 2014 ; Khaled M. Hazzouri et al., 2015) เนื่องจากอินทผลัมปลูกง่าย ขายได้ราคาสูง อินทผลัมจึงกลาย

เป็นพืชเศรษฐกิจความหวังใหม่ของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรในประเทศไทยจำนวนมากที่อยู่ในจังหวัดที่มีสภาพภูมิอากาศและสภาพพื้นที่ ที่สามารถปลูกอินทผลัมได้ดี นิยมปลูกจนหลายฝ่ายกังวลว่าในระยะยาว อาจเผชิญกับวิกฤตผลผลิตล้นตลาดได้ (ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2559)

นครราชสีมา มีสวน“อินทผลัมโคราช” (KDP หรือ KORAT DATE PALM) อยู่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัยด้วยการรวมกลุ่มเกษตรกรจำนวน 7 รายซึ่งเป็นพี่น้องกัน โดยมีคุณประทีป อภิชาติเสนีย์เป็นผู้นำเกษตรกร ใช้เวลาทดลองการปลูกเป็นเวลา 9 ปี สวน “อินทผลัมโคราช”นี้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ธรรมชาติและเป็นศูนย์การเรียนรู้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพท.) ที่ได้รับความสำเร็จจากการปลูกอินทผลัม ดังนั้นการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา จะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและตัดสินใจลงทุนเพาะปลูกอินทผลัมของเกษตรกรในพื้นที่อื่นในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านต้นทุนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาผลตอบแทนจากการปลูกอินทผลัมในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปักธงชัยจังหวัดนครราชสีมา

นิยามศัพท์

อินทผลัม หมายถึง อินทผลัมสด ที่มักเรียกกันทั่วไปว่า อินทผลัม

ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการปลูกอินทผลัมของสวนอินทผลัมโคราช อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ผลผลิต หมายถึง ผลอินทผลัมสดที่ได้จากการปลูกในสวน“อินทผลัมโคราช”เฉพาะส่วนที่สามารถจำหน่ายได้เท่านั้น

ผลตอบแทน หมายถึง รายได้สุทธิ หรือกำไรขาดทุนสุทธิ ที่ได้รับจากจำหน่ายอินทผลัมหลังหักค่าใช้จ่ายจากการลงทุนปลูกอินทผลัมของสวน“อินทผลัมโคราช”ในอำเภอ

ปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาการปลูกอินทผลัม หมายถึง การปลูกอินทผลัมทุกสายพันธุ์ในสวน“อินทผลัมโคราช”อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรที่ปลูกอินทผลัมใน จังหวัดนครราชสีมาและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกษตรกรที่ได้รับความสำเร็จจากการใช้เวลาทดลองปลูกอินทผลัมมาเป็นเวลา 9 ปี จำนวน 7 ราย โดยมีพื้นที่การปลูกอินทผลัมสด ณ สวน“อินทผลัมโคราช”หรือ KDP (KORAT DATE PALM)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษา วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมตามแนวคิด ทฤษฎี ด้านเนื้อหา ดังนี้

2.1 ต้นทุน ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนต่อหน่วย

2.2 ผลตอบแทน ประกอบด้วยรายได้ กำไรหรือขาดทุน รายได้และกำไรหรือขาดทุนต่อหน่วย

2.3 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนใช้วิธีต่าง ๆ ดังนี้ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Analysis: PB) อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment : ROI) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit –Cost Ratio: BCR) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อัตรากำไรต่อหน่วย (Earning per Unit)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยมีขอบเขตด้านพื้นที่การปลูกอินทผลัมสด ณ สวน“อินทผลัมโคราช” หรือ KDP (KORAT DATE PALM) ที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพท.) มีเนื้อที่อยู่ในตำบลปักธงชัยเหนือ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้กำหนดระยะเวลาการทำวิจัยระหว่างเดือนมีนาคม 2562 – มีนาคม 2563 เป็นเวลา 1 ปี

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน (Cost) ซึ่งเป็นมูลค่าของทรัพยากรที่องค์กรใช้ประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ และเมื่อต้นทุนได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจแล้ว ต้นทุนส่วนนั้น จะเปลี่ยนสภาพไปเป็นค่าใช้จ่าย (Expense) ซึ่งจะนำไปหักจากรายได้ในแต่ละงวดบัญชี โดยต้นทุนสามารถจัดประเภทได้หลายรูปแบบ เช่น ต้นทุนการผลิต (Product Costs) ซึ่งเมื่อเกิดขึ้นจะปรากฏเป็นรายการสินทรัพย์หมุนเวียนหรือสินค้าคงเหลือในงบแสดงฐานะการเงิน เมื่อขายไปจะปรากฏเป็นต้นทุนสินค้าที่ขายในงบกำไรขาดทุน ต้นทุนประจำงวด (Period Costs) ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ต้นทุนตามพฤติกรรม (Cost Behavior) เป็นการจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์ที่มีต่อกิจกรรมอันประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Cost for Decision Making) ซึ่งเป็นข้อมูลทางบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจอาจต้องใช้ต้นทุนในลักษณะต่าง ๆ เพื่อนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในแต่ละปัญหา เช่น ต้นทุนคงที่ร่วม ต้นทุนควบคุมไม่ได้ ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ต้นทุนจม ต้นทุนเสียโอกาส เป็นต้น (แพรว กิระสุนทรพงษ์และคณะ, 2558)

นอกจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับต้นทุนแล้วแนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทนก็เป็นเรื่องที่สำคัญ การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน ผู้บริหารจะต้องเลือกและพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลตอบแทน (Benefit) เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน โดยผลตอบแทนของการลงทุน หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้จากการลงทุน ซึ่งในการวิจัยนี้ผลตอบแทนคือ กำไรหรือขาดทุนที่ได้รับจากการดำเนินงานที่เกิดจากการขายอินทผลัมหักต้นทุนและค่าใช้จ่ายในแต่ละปี ประกอบด้วยผลตอบแทนทางตรง (Direct Benefits) ผลตอบแทนทางอ้อม (Indirect Benefits) และผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน (Intangible Benefits) ทั้งนี้การวิเคราะห์ผลตอบแทนเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายกับรายได้ การวิเคราะห์ผลตอบแทนใช้อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรที่พิจารณาได้จากอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทน

ต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (ชฎาพร ชีมาอุตมากร, 2556)

การวิเคราะห์ทางเลือกสำหรับการลงทุนระยะยาวที่จะจัดหาหรือขายสินทรัพย์ที่ต้องเกี่ยวข้องกับเงินเป็นจำนวนมาก โดยคาดหวังผลตอบแทนในอนาคตซึ่งมีความเสี่ยง โดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตรอย่างอินทผลัม เนื่องจากผลประกอบการไม่มีความแน่นอน ระยะเวลาในการลงทุนเป็นช่วงเวลายาวนาน ดังนั้น จึงต้องนำเครื่องมือการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนมาใช้ เพื่อพิจารณาตัดสินใจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนที่นิยมใช้คือ การพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เช่น ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูกของเกษตรกรหรือการปลูกพืชชนิดนั้นจะให้ผลตอบแทนก็ปีจึงจะคุ้มกับเงินทุนที่ลงไป (Campbell and Brown, 2015) ผลตอบแทนการลงทุน (Return on investment) ซึ่งการใช้วิธีนี้จะไม่สนใจค่าของเงินที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value)

ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกอินทผลัม ในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายหลังจากที่โครงการสวนอินทผลัมเกิดขึ้นแล้ว ดังนั้นจึงต้องประเมินสมรรถภาพในการทำกำไร โดยนำอัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) มาใช้ ได้แก่ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ รวมทั้งอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน ซึ่งจะทำการวิเคราะห์เป็นอัตราเฉลี่ยทั้งโครงการต่อปี ต่อไร่และต่อกิโลกรัม

สำหรับอินทผลัมมีถิ่นกำเนิดในแถบตะวันออกกลางได้รับการพิสูจน์ว่าเป็นทรัพยากรที่ดีที่สุดในการรับรองความมั่นคงด้านอาหารในช่วงขาดแคลนอาหารและวิกฤต และเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพและบริสุทธิ์ (Al-Hebshi, M.A., 2007) ในประเทศของกลุ่ม AEC ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมมีความคุ้นเคยกับการบริโภคอินทผลัมสด (ทะนุงค์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2559) ประเทศไทยมีหลายจังหวัดที่มีสภาพภูมิอากาศและสภาพพื้นที่ที่สามารถปลูกอินทผลัมได้ดี ในการปลูกอินทผลัมควรใช้ดินพันธุ์อินทผลัมที่เป็นต้นที่แยกหน่อจากต้นแม่ที่รู้จักสายพันธุ์ และมีประวัติการให้ผลผลิตที่ดีหรือใช้ต้นกล้าอินทผลัมที่ผลิตด้วยวิธีเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เนื่องจากเมล็ดที่ได้หลังจากการบริโภคแล้วสามารถนำไปเพาะเป็นต้นเพื่อปลูกได้ แต่คุณภาพก็จะไม่เหมือน

กับต้นแม่ ทั้งนี้เพราะผลอินทผลัมที่มีจำหน่าย เป็นผลที่ได้จากการผสมเกสรข้ามต้น จึงถือว่าเมล็ดที่ได้เป็นพันธุ์ลูกผสม คุณภาพอาจจะแย่งหรือดีขึ้นก็ได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากเกษตรกรที่ได้รับความสำเร็จจากการใช้เวลาทดลองปลูกอินทผลัมมาเป็นเวลา 9 ปี จำนวน 7 ราย โดยมีพื้นที่การปลูกอินทผลัมสด ณ สวน “อินทผลัมโคราช” หรือ KDP (KORAT DATE PALM) เครื่องมือที่ใช้คือแบบบันทึกข้อมูลรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตและรายได้อื่นจากการปลูกอินทผลัม แบบบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการปลูกอินทผลัม ได้แก่ แบบบันทึกรายจ่ายลงทุนในการซื้อที่ดินและอุปกรณ์เครื่องมือ แบบบันทึกรายจ่ายลงทุนในเนื้อเยื่อสายพันธุ์ แบบบันทึกค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และแบบบันทึกค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เครื่องบันทึกเสียง โปรแกรมสำเร็จรูป Spreadsheet และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัม ซึ่งพิจารณาจากระยะเวลาคืนทุน (PB) อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิและกำไรต่อหน่วย โดยใช้วิธีเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษา

การปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา มีผู้ลงทุนปลูกแห่งเดียว คือ สวน “อินทผลัมโคราช” (KDP หรือ KORAT DATE PALM) บนเนื้อที่ 80 ไร่ โดยการรวมตัวของเกษตรกร 7 รายที่เป็นพี่น้องกันด้วยเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 17,972,000 บาท และเมื่อรวมจำนวนเงินที่ลงทุนรวมค่าใช้จ่าย การเตรียมแปลงและต้นพันธุ์ทำให้ในปีแรกใช้เงินทั้งสิ้น 20,222,000 บาท อินทผลัมให้ผลผลิตปีละหนึ่งครั้ง โดยให้ครั้งแรกในปีที่ 3 จากต้นตัวเมียที่มีอยู่ 22 ต้นต่อ 5 ไร่ แต่มีผลผลิตที่เสียหายจากศัตรูพืชที่จำหน่ายไม่ได้คิดเป็น 10% ของจำนวนทั้งหมด ดังนั้น ทุก 5 ไร่สามารถให้ผลผลิต

ได้เป็นจำนวนเทียบเท่า 20 ต้น รวมทั้งสวน 80 ไร่ให้ผลผลิตที่จำหน่ายได้ 1,600 ต้น เกษตรกรทำการจำหน่าย ณ บริเวณสวน “อินทผลัมโคราช” จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการขายหรือค่าการตลาด ราคาจำหน่ายช่วง 3 ปีแรกตั้งไว้ที่กิโลกรัมละ 200 บาท ปีที่ 6 – 10 ราคาลดลงครึ่งหนึ่งเหลือกิโลกรัมละ 100 บาท และหลังจากนั้นคาดว่าในประเทศไทยมีผู้ปลูกและได้ผลผลิตจากอินทผลัมมากขึ้นราคาจึงเหลือเพียงกิโลกรัมละ 50 บาท

จากการวิเคราะห์รายได้จากการขาย สวน “อินทผลัมโคราช” มีรายได้เฉลี่ยปีละ 14,400,000 บาท หรือ 180,000 บาทต่อไร่หรือปีละ 7,200 บาทต่อต้น นอกจากการลงทุนเริ่มแรกแล้วการปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา มีต้นทุนเฉลี่ยปีละ 5,372,935 บาทหรือปีละ 60,185 บาทต่อไร่หรือปีละ 2,407 บาท ต่อต้น ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรมีรายได้รวมเฉลี่ยปีละ 180,000 บาทต่อไร่ ต้นทุนเฉลี่ยปีละ 60,185 บาทต่อไร่ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ทำให้เห็นว่าควรลงทุนปลูกอินทผลัมในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา เพราะมีมูลค่าปัจจุบัน เป็นบวกจำนวน 99,065,262 บาท ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 6 วัน อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน 61.23% อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน 2.52 เท่า อัตรากำไรจากการดำเนินงานเฉลี่ยปีละ 66.92% อัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยปีละ 53.54% เป็นจำนวนเงินเฉลี่ยปีละ 7,708,952 บาท คิดเป็น 96,362 บาทต่อไร่หรือปีละ 3,854 บาทต่อต้น และกำไรสุทธิ 41 บาท/กิโลกรัม

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัม ในอำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

1. การศึกษาต้นทุนการปลูกอินทผลัม พบว่ารายจ่ายในการลงทุนต้องใช้จำนวนเงินสูงมากโดยเฉพาะการลงทุนในที่ดินและยานพาหนะ รวมทั้งสินทรัพย์ดำเนินงานที่ต้องสร้างหรือจัดหาไว้ใช้ตลอดอายุโครงการ เช่น ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า การชุดบ่อบาดาล ซึ่งมีอายุตลอดโครงการลงทุน การเช่าที่ดินเพื่อปลูกจึงไม่เหมาะสมเพราะต้นอินทผลัมมีอายุยาวนานกว่า 20 ปีแต่จะเพิ่มต้นทุน

การจัดเก็บและเกิดอันตรายจากความสูงของต้นอินทผลัมได้ ส่วนค่าใช้จ่ายประจำในการดูแลได้แก่ค่าปุ๋ย ค่ายารักษาโรค ค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายอื่น เกษตรกรสวน“อินทผลัมโคราช”เห็นว่าโครงการปลูกใช้เวลา 20 ปีเหมาะสมที่สุดหากเกษตรกรรายอื่นทำสัญญาเช่าต้องเป็นเวลาอย่างน้อย 20 ปี ซึ่งต้นทุนการเช่าอาจสูงกว่าการซื้อที่ดินเป็นกรรมสิทธิ์ของเกษตรกรได้แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริเวณที่ดินอยู่ในทำเลใด รายจ่ายในการซื้อต้นพันธุ์มาปลูกจำนวน 2,000 ต้นถือเป็นวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ค่าแรงงานในการปลูก ค่าแรงในการดูแลรักษาและการจัดเก็บผลผลิตจัดเป็นค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการดำเนินงานซึ่งเกิดขึ้นประจำถือเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต ต้นพันธุ์ ค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายการผลิตทุกรายการจัดเป็นต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานที่จัดเป็นต้นทุนคงที่ (Fix Cost) มีเพียงรายการเดียวคือค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ที่ลงทุน จากการวิจัยเรื่องนี้พบว่ารายจ่ายในการลงทุนสูงที่สุดคือ ยานพาหนะ รองลงมาคือที่ดิน ไม่สอดคล้องกับ Jahangeer Baloch et al. (2014) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การลงทุนและผลตอบแทนในการผลิตอินทผลัม เขตเคช จังหวัดบาโลกิสถาน ประเทศปากีสถาน ซึ่งพบว่าต้นทุนการพัฒนาสวนโดยมีการซื้อเครื่องดูดอินทผลัมถือว่าเป็นต้นทุนสูงสุด รองลงมาคือค่าปุ๋ยคอกและค่าไถ

2. การศึกษาผลตอบแทนการปลูกอินทผลัม ในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาพบว่า เกษตรกรจะมีรายได้เกิดขึ้นในปีที่สามจึงเป็นปัญหาสำหรับเกษตรกรที่ไม่มีเงินทุนหมุนเวียนเป็นของตนเองหรือไม่สามารถใช้เครดิตในการจัดหาปัจจัยการดูแลรักษาระหว่างดำเนินงานในช่วงแรกได้ และปัญหาสำคัญคือ ธนาคารพาณิชย์ไม่ปล่อยสินเชื่อสำหรับเกษตรกรที่จะปลูกอินทผลัมนี้รายได้จากการขายสูงสุดอยู่ในช่วงปีที่ 8 – 10 แม้ว่าปริมาณผลผลิตจะเท่ากันตั้งแต่ปีที่ 8 – 20 เพราะราคาในปีที่ 11 เป็นต้นไปจะต่ำลงเนื่องจากมีผู้ปลูกอินทผลัมมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับ Jahangeer Baloch et al. (2014) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การลงทุนและผลตอบแทนในการผลิตอินทผลัม เขตเคช จังหวัดบาโลกิสถาน ประเทศปากีสถาน ซึ่งพบว่าอินทผลัมให้ผลผลิตสูงในขณะที่ดินอายุ 10-20 ปี

3. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน พบว่าการปลูกอินทผลัม ในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาน่าสนใจลงทุนเพราะ มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เป็นบวกจำนวน 99,065,262 บาท ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 6 วัน อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน หรือ ROI 61.23% อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio) 2.52 เท่า สอดคล้องกับ Al-Hebshi, M.A. (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เสถียรภาพทางการเงินและผลตอบแทนการลงทุนของเกษตรกรผู้ปลูกอินทผลัมในเยเมน โดยศึกษาความเป็นไปได้และวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของเกษตรกรชาวสวนอินทผลัมในวาดี ฮาเจอร์ ฮะดรามะห์ (Wadi Hajer, Hadramout) ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนผลประโยชน์ - ต้นทุน (BCR) ของวาดี ฮาเจอร์ ฮะดรามะห์ เท่ากับ 1.67 และสอดคล้องกับ Jahangeer Baloch et al. (2014) ซึ่งพบว่าอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio) เป็น 1.27 เท่า แต่ไม่สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ Sonneveld, B.G.J.S et al. (2018) ที่ได้วิจัยเรื่อง อนาคตของการปลูกอินทผลัมในหุบเขาจอร์แดนตอนล่าง พบว่า ถ้าอัตราคิดลด (Discount Rate) หรืออัตราความต้องการผลตอบแทนสูงกว่า 5% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นลบ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนต่ำกว่า 1 เพราะการปลูกอินทผลัมต้องใช้ปริมาณน้ำสูงมากและระดับความเค็มของน้ำมีอิทธิพลต่อผลผลิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การเพาะปลูกอินทผลัมได้ถูกจารึกในอารยธรรมของชาวอัสซีเรียน (Assyrian) บาบิโลเนียน (Babylonian) รวมถึงในประมวลกฎหมายฮัมมูราบี (Code of Hammurabi) ที่ได้บัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการเพาะปลูกและค้าขายอินทผลัม ดังนั้นอินทผลัมจึงเป็นพืชที่น่าสนใจลงทุนเพราะให้ผลผลิตเป็นเวลายาวนานและมีตลาดรองรับ

2. ในการปลูกอินทผลัมแม้รายจ่ายในการลงทุนต้องใช้จำนวนเงินสูง แต่จากการวิเคราะห์ผลตอบแทน ทำให้เห็นว่า ควรลงทุนปลูกอินทผลัม เนื่องจากให้อัตราผลตอบแทนการลงทุนถึงสูงเหมือนกัน ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ควรให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อแก่เกษตรกรผู้สนใจลงทุน

3. การปลูกอินทผลัมประสบปัญหาจากการปลูกด้วยเมล็ดพันธุ์ ดังนั้นผู้สนใจปลูกอินทผลัมควรเพาะด้วยเนื้อเยื่อจะให้ผลผลิตที่ดีมากกว่า ทำให้ไม่เกิดการสูญเสียซึ่งอาจจะเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

4. อินทผลัมเป็นพืชที่สามารถส่งออกได้แต่ยังไม่มี การส่งเสริมจากภาครัฐ รัฐบาลจึงควรหันมาสนับสนุนเกษตรกรไทย และผลักดันให้มีการส่งออกอินทผลัมซึ่งอาจเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญต่อไปในอนาคตได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรทำการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในภูมิภาคอื่น
2. ควรทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตจากการปลูกอินทผลัมในพื้นที่ต่างกัน
3. ควรศึกษาการแปรรูปอินทผลัมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างในรูปแบบอื่นที่สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ต่อไปและเป็นการรองรับผลผลิตอินทผลัมสดที่อาจล้นตลาดได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- ชฎาพร ทิมาอุตมาร. (2556). *เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการบัญชีสำหรับผู้บริหาร*. [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2559, 28 ธันวาคม). *มาทำความรู้จัก 'อินทผลัม' กัน 1 ต้น ให้ผลผลิต 150-200 กก.* https://www.matichon.co.th/sme/news_291564
- แพรว กิระสุนทรพงษ์ ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา วชิระ บุญยเนตร และพงศ์พรต ฉัตรภาณ . (2558). *การบัญชีบริหาร*. สำนักพิมพ์ แมคกรอ-ฮิล. กรุงเทพฯ.
- สถาบันคลังสมองของชาติ. (2563, 10 มีนาคม). *ภาพอนาคตการเกษตรไทย 2563*. https://www.farmkaset.org/html5/contents.aspx?con_id=461
- Ahmad Al-Harrasi, Najeeb Ur Rehman, Javid Hussain, Abdul Latif Khan, Ahmed Al-Rawahi, Syed Abdullah Gilani, Mohammed Al-Broumi, Liaqat Ali. (2014). Nutritional assessment and antioxidant analysis of 22 date palm (*Phoenix dactylifera*) varieties growing in Sultanate of Oman. *Asian Pacific Journal of Tropical Medicine*, 7(1), 591-598.
- Al-Hebshi, M.A. (2007). *FINANCIAL STABILITY AND MARKETING FOR DATE PALM PRODUCTION IN YEMEN*. *Acta Hort.* 736, 563-574. DOI: 10.17660/ActaHortic.2007.736.56
- Campbell, Harry F. and Brown, Richard P.C. (2015). *Cost-Benefit Analysis Financial and Economic Appraisal Using Spreadsheets* (2nd ed.). <https://www.routledge.com/Cost-Benefit-Analysis-Financial-And-Economic-Appraisal-Using-Spreadsheets/Campbell-Brown/p/book/9781138848801#>
- Chao, ChihCheng T. and Krueger, Robert R. (2007). The Date Palm (*Phoenix dactylifera* L.): Overview of Biology, Uses, and Cultivation. *HORTSCIENCE*, 42(5), 1077-1082.
- Jahangeer Baloch, Sana Ullah, Baloch Shahbaz, Khan Baloch, Sunyyingying Waseem Bashir, Hafeez Noor Baloch, Salih I L Sabiel, Shabeer Ahmed Badini and Rahim Dad. (2014). Economics of Date Palm (*Phoenix dactylifera* L.) Production and Its Development in District Kech, Balochistan Province of Pakistan. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(22), 68-80.

- Khaled M. Hazzouri, Jonathan M. Flowers, Hendrik J. Visser, Hussam S.M. Khierallah, Ulises Rosas, Gina M. Pham, Rachel S. Meyer, Caryn K. Johansen, Zoe A. Fresquez, Khaled Masmoudi, Nadia Haider, Nabila El Kadri, Youssef Idaghdour, Joel A. Malek, Deborah Thirkhill¹⁰, Ghulam. S. Markhand, Robert R. Krueger, Abdelouahhab Zaid³ & Michael D. Purugganan. (2015). Whole genome re-sequencing of date palms yields insights into diversification of a fruit tree crop. *NATURE COMMUNICATIONS*, (6)(8824), 1-11. DOI: 10.1038/ncomms9824
- Sonneveld, B.G.J.S., Marei, A., Merbis, M.D and Alfarra, A. (2018). The future of date palm cultivation in the Lower Jordan Valley of the West Bank. *Appl Water Sci*, (8)(113). DOI: 10.1007/s13201-018-0746-2

พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทย
ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์
ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

Listening and satisfaction behavior, From the list of Rak plaeng Thai song
program Radio Broadcasting Authority of Thailand AM.837 Khz

ณัฐไวกพ ฐณะพงศ์ภักดิ์¹ และ ปรีชา พันธุ์แน่น²

Nuthvaiphob Tanapongpak and Preecha Phannan

Article History

Received: December 01, 2020

Revised: December 14, 2020

Accepted: February 02, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษา ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการ รักเพลงไทย ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการจัดรายการ รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจากการจัดรายการ รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการรับฟัง ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ ผู้รับฟังรายการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการรับฟังรายการรักเพลงไทย พบว่า ผู้รับฟังรายการส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับฟังโดยฟังบ่อยๆ (3-4 วัน/สัปดาห์) มีระยะเวลาการติดตามรับฟังประมาณ 2 ปี มีลักษณะการรับฟัง โดยฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น ใช้สถานที่ในการรับฟังอยู่ที่ทำงาน และการรู้จักรายการจากเพื่อนแนะนำให้ฟัง

ในส่วนของความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์ ด้านการนำเสนอ ด้านเนื้อหา และด้านการสนองความต้องการภายนอก ตามลำดับผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ

¹ นักศึกษาปริญญาโท, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Master's degree, Faculty of Arts, Krirk University

Email: nuthvaiphob5900@gmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Assoc. Prof., Faculty of Arts, Krirk University

เทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมทุกด้านของผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ การจัดรายการ

Abstract

This study aimed to study 1) to study the listening behavior of Rak plaeng Thai song program in Bangkok. 2) to study the satisfaction of Rak plaeng Thai song program organized by Radio Broadcasting Authority of Thailand AM.837 khz of listeners in Bangkok area 3) to compare the satisfaction from Rak plaeng Thai song program organized by Radio Broadcasting Authority of Thailand AM.837 Khz of listeners in Bangkok that vary according to listening behavior. The results of the research study can be summarized as follows: Most of the listeners are female, aged 40 years or more, graduated with bachelor's degree, have a career in government service / state enterprise and have monthly income 30,001-50,000 baht. As for the listening behavior of Rak plaeng Thai song program, it was found that most of the listeners had a frequency of listening by listening frequently (3-4 days / week) and the listening period was about 2 years. By listening all the time, not changing to other waves, use the listening facility at work and getting to know the program from friends suggesting to listen. In terms of the satisfaction of Rak plaeng Thai song program organized by the Radio Broadcasting Authority of Thailand AM.837 Khz of the listeners in Bangkok, it was found that the overall picture was at a high level. Sort them as follows: responding to emotional needs, content presentation and external needs respectively. The results of the hypothesis testing compare the differences between the listening behavior and the satisfaction from the Rak plaeng Thai song program organized by the Radio Broadcasting Authority of Thailand AM.837 Khz of listeners in Bangkok. The satisfaction of the program listeners was significantly different at 0.05 level.

Keywords: Listening behavior, Satisfaction, Programming

บทนำ

สื่อมวลชนนับว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งในสังคมตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน เพราะสื่อมวลชนนั้นทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงไปสู่ประชาชน และคอยรายงานเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ โดยเฉพาะในปัจจุบันซึ่งสังคมเริ่มเคลื่อนตัวเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ข่าวสารข้อมูลกลายเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนจำนวนมาก

ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายนั้น วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากประชาชน เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงมีข้อได้เปรียบสื่ออื่นๆ อย่างโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ คือ เป็นสื่อที่มีราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับโทรทัศน์ สามารถซื้อหาได้ง่ายและสามารถพกพาไปในที่ต่างๆ ได้สะดวกกว่า ส่วนข้อที่ได้เปรียบหนังสือพิมพ์ก็คือ วิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับชั้น แม้กระทั่งผู้ไม่มีการศึกษาอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟัง

วิทยุได้ นอกจากนั้นวิทยุกระจายเสียงยังเข้าไปถึงท้องที่ต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นชนบทห่างไกลหรือท้องที่ทุรกันดาร นับว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และเป็นสื่อที่เสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วฉับไวด้วย โดยจากการสำรวจพบว่า ในประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป จำนวน 60.2 ล้านคนพบว่า มีจำนวนผู้ฟังวิทยุประมาณ 18.7 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.1 โดยผู้ที่อาศัยในเขตเทศบาลมีอัตราการฟังวิทยุสูงกว่าผู้ที่อาศัยนอกเขตเทศบาลเล็กน้อย คือ ร้อยละ 31.7 และร้อยละ 30.8 ตามลำดับ และพบว่าประชาชนในภาคเหนือ มีอัตราการฟังวิทยุสูงสุด คือ ร้อยละ 38.2 รองลงมา คือกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 35.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ มีอัตราการฟังวิทยุที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 30.4 ส่วนภาคกลางมีอัตราการฟังวิทยุต่ำสุด คือ ร้อยละ 25.2 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2551:1)

นอกจากอัตราการฟังวิทยุกระจายเสียงของประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศแล้วในส่วนของประเทศรายการต่าง ๆ ที่ประชาชนให้ความสนใจในการเปิดรับฟังก็มีความหลากหลาย โดยมีการสำรวจพบว่า ประเภทรายการวิทยุที่ประชาชนฟังสูงสุดคือ รายการประเภทบันเทิงคิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาคือ ข่าว ร้อยละ 32.9 สารคดีหรือความรู้ทั่วไป ร้อยละ 2.5 ส่วนรายการความคิดเห็น/วิเคราะห์ รายการวิทยุเพื่อการศึกษา และธุรกิจ/โฆษณา พบร้อยละ 0.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2551:2) ซึ่งเมื่อเทียบสัดส่วนกันแล้วรายการวิทยุประเภทบันเทิงหรือรายการเพลงก็ยังครองสัดส่วนที่มากกว่าอยู่ดี เนื่องจากในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นมีภารกิจที่รับผิดชอบมากมายทำให้เกิดความเครียด จึงต้องหาทางผ่อนคลายความเครียดด้วยการหาความบันเทิง

รายการรักเพลงไทย ก็เป็นรายการเพลงรายการหนึ่งซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ เป็นประจำทุกวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 13.00-14.00 น. ผลิตและสร้างสรรค์รายการโดยชมรมรักเพลงไทย เป็นรายการที่มีลักษณะอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทย และยังมีแนวคิดหลัก โครงสร้างของรายการและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รายการ “รักเพลงไทย” เป็นรายการเพลงที่แตกต่างไปจากรายการเพลงอื่น ๆ

คือ นอกจากจะเปิดเพลงไทยสากลอมตะที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังแล้ว ยังมีแนวคิดหลักคือ เน้นการให้ความรู้ผู้ฟัง โดยการให้ความสำคัญกับผู้แต่งคำร้องและทำนองเพลง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความยากลำบาก และแรงบันดาลใจในการแต่งเพลงแต่ละเพลง นอกจากนี้แล้วในเรื่องของการใช้ภาษาไทยในภาษาเพลงก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีการเน้นย้ำอยู่เสมอตลอดรายการ นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับผู้ฟัง เช่น คอนเสิร์ตเพลงไทยสากลอมตะ ที่จะนำผู้ฟังรายการไปพบกับการขับร้องเพลงของต้นฉบับตัวจริงของนักร้องและนักแต่งเพลงระดับศิลปินแห่งชาติและศิลปินคุณภาพ โดยนำเอาบทเพลงที่ทรงคุณค่าไม่ว่าจะเป็น เพลงพระราชนิพนธ์ เพลงปลุกใจ เพลงท่องเที่ยว เพลงกรมประชาสัมพันธ์ เพลงสถาบัน ฯลฯ มารวบรวมจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตรายการ นักร้อง และผู้ฟังให้เกิดการหลอมรวมความรู้สึกในการทวงแหวนศิลปวัฒนธรรมไทย และมีใจอนุรักษ์ สืบสานสู่ชนรุ่นหลัง รวมทั้งยังก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในรายการของผู้รับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงซึ่งเป็นสื่อที่เหมาะสมในการให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ดังจะเห็นได้ว่า นับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงกันมา รายการหลักที่มีทุกวัน คือ ข่าว และดนตรี ถือว่าเป็นรายการพื้นฐานที่ผู้ฟังยอมรับและพอใจ และถือได้ว่าสนองความต้องการของประชาชนได้แล้ว ทั้งความต้องการภายนอกและภายใน (วิจิตร ภักดีรัตน์ 2530)

ดังนั้นจากการที่รายการ รักเพลงไทย ได้ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ และเป็นที่ยอมรับของผู้ฟังรายการที่มีพฤติกรรมมารับฟังใน ลักษณะต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ฟังรายการที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของรายการ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า ผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมมารับฟังรายการอย่างไร มีความพึงพอใจจากการจัดรายการ รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ในระดับใด และความพึงพอใจจากการจัดรายการ รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ มีความแตกต่างกันตามพฤติกรรมมารับฟัง อย่างไรหรือไม่ ทั้งนี้จากการที่ผู้ฟังได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆในฐานะที่เป็นผู้รับ

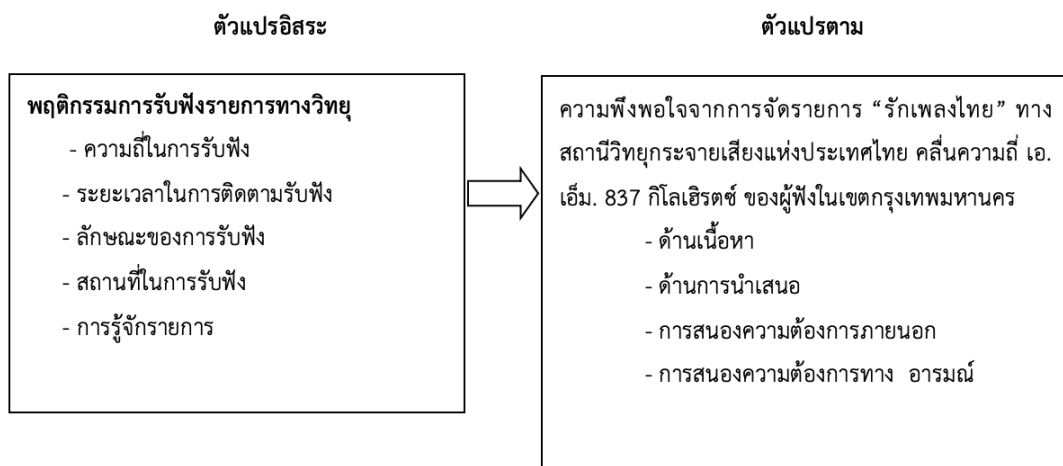
สารจากรายการซึ่งเป็นผู้ส่งสารโดยอาศัยคลื่นความถี่เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์เป็นช่องทางในการสื่อสารนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการทำวิจัยเพื่อจะได้นำข้อค้นพบให้ผู้สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการจัดรายการ และการสื่อสารข้อมูลทางรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการ รักเพลงไทย ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการจัดรายการ รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจากการจัดรายการ

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดรับสาร และแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ รวมทั้งการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยคำถาม

รักเพลงไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการรับฟัง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตปกครอง 50 เขต ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 5,710,883 คน (ข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวบรวมโดยกองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2561) โดยกำหนดตัวแปรอิสระในการศึกษา คือ พฤติกรรมกรรับฟัง ได้แก่ ความถี่ในการรับฟัง ระยะเวลาในการรับฟัง ลักษณะของการรับฟัง สถานที่ในการรับฟัง และการรู้จักรายการ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจจากการจัดรายการ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการนำเสนอ ด้านการสนองความต้องการภายนอก และด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์ และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1

ในแบบสอบถามจะครอบคลุมและสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการรับฟัง ระยะเวลาในการติดตามรับฟัง ลักษณะของการรับฟัง สถานที่ในการรับฟัง และการรู้จักรายการ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านการสนองความต้องการภายนอกและด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถามโดยให้เนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากนั้นร่างแบบสอบถามที่ตั้งไว้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม สุดท้ายได้รูปแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเข้าสู่กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้รับฟังรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร มีการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้องและวิเคราะห์เหตุผล พร้อมทั้งสรุปผลงานวิจัยต่อไป และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดและการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการรับฟังรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ในการสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 837 กิโลเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA (F-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผู้รับฟังรายการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการรับฟังรายการรักเพลงไทยพบว่า ผู้รับฟังรายการส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับฟังโดยฟังบ่อยๆ (3-4 วัน/สัปดาห์) มีระยะเวลาการติดตามรับฟังประมาณ 2 ปี มีลักษณะการรับฟัง โดยฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น ใช้สถานที่ในการรับฟังอยู่ที่ทำงาน และการรู้จักรายการจากเพื่อนแนะนำให้ฟัง

ในส่วนของความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์ ด้านการนำเสนอ ด้านเนื้อหา และด้านการสนองความต้องการภายนอกตามลำดับดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทย	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านเนื้อหา	3.70	0.442	มาก
ด้านการนำเสนอ	4.06	0.516	มาก
ด้านการสนองความต้องการภายนอก	3.50	0.511	มาก
ด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์	4.08	0.534	มาก
รวมเฉลี่ย	3.83	0.383	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมทุกด้านของผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการรักเพลงไทย พบว่า มีความถี่ในการรับฟังโดยฟังบ่อยๆ (3-4 วัน/สัปดาห์) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องใกล้เคียงกับการศึกษาของ สุกันต์ลีตา สุขะวรรณทัศน์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม的开รับสื่อวิทยุกระจายเสียงและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อรายการข่าวจราจร สถานีวิทยุ สวพ.91 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับฟังรายการข่าวจราจรคือฟังบ่อย 5-6 วัน/สัปดาห์ ดังนั้น จากการค้นพบว่าผู้รับฟัง มีความถี่ในการรับฟังโดยฟังบ่อยๆ (3-4 วัน/สัปดาห์) จึงเป็นเพราะผู้รับฟังรายการรักเพลงไทยต้องการประโยชน์จากการฟังข่าวสารและต้องการรับความรู้ความสนุกสนานบันเทิง

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า ความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวใกล้เคียงกับการศึกษาของ จุฬารัตน์ บุษบก (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการในการรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ด้านความต้องการวัตถุประสงค์รายการวิทยุ พบว่า ต้องการรายการที่ให้ความบันเทิง อยู่ในระดับมาก ด้านเนื้อหารายการวิทยุ พบว่า ต้องการรายการเพลง อยู่ในระดับมาก โดยฟังเพื่อแก้เหงา ผ่อนคลายอารมณ์ ดังนั้นการที่พบว่าผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยด้านการสนองความต้องการทางอารมณ์ จึงเป็นเพราะการจัดรายการด้านรายการเพลงดังกล่าว เป็นการสนองความต้องการทางอารมณ์ของผู้รับฟังสามารถช่วยให้ผู้รับฟังเกิดความผ่อนคลายทางอารมณ์และยังทำให้ผู้รับฟังเกิดความรู้สึกในการมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837

กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ได้แก่ ด้านวิธีการนำเสนอ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวใกล้เคียงกับการศึกษาของ บัวผืน โตทรัพย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับฟัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม.89.75 เมกะเฮิร์ตซ์ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับมาก คือ มีน้ำเสียงที่ชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ดี มีการเตรียมตัวในการดำเนินรายการ ลีลาการนำเสนอที่น่าฟัง เป็นกันเอง ไม่น่าเบื่อ มีความรู้และความเชี่ยวชาญในข้อมูลที่น่าเสนอ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ ใช้ภาษาพูดได้ถูกต้องตามอักขรวิธี และยังสอดคล้องกับ นภาพรณ อัจฉริยะกุล (2530) ซึ่งได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงทางด้านวัตถุประสงค์ของการจัดรายการบันเทิงว่า วัตถุประสงค์ของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินใจนั้น ถือเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของผู้จัดรายการที่เป็นสื่อมวลชนที่จะต้องจัดบริการนำเสนอความสุขทางใจให้แก่ประชาชนโดยไม่จำกัดเวลา เพราะคนเราย่อมต้องการความบันเทิงอยู่เสมอ และยิ่ง ดังนั้นการที่พบว่าผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจจากการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงให้เกิดขึ้นความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินใจนั้น ถือเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของผู้จัดรายการที่เป็นสื่อมวลชนที่จะต้องจัดบริการนำเสนอความสุขทางใจให้แก่ประชาชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความพึงพอใจจากการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมทุกด้านของผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ วณัญญา เจนจบเขต (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ขับขีรถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสถานีวิทยุ สวพ.91 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับฟังสถานีวิทยุ สวพ.91 ของผู้ขับขีรถแท็กซี่ ด้านความถี่ในการเปิดรับฟังมีผลต่อความพึงพอใจสถานีวิทยุสวพ.91 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับ

แบบจำลองแสดงแนวคิดเรื่องการได้รับความพึงพอใจ ของ พีระจิระ โสภณ (2537) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน ดังนั้นจากการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า ผู้รับฟังมีความพึงพอใจจากการจัดรายการแตกต่างกันตามพฤติกรรมการรับฟังที่แตกต่างกัน จึงเป็นเพราะผู้ฟังแต่ละคนมีวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการแตกต่างกันตามเหตุผลของตนเอง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อหาจุดที่ควรปรับปรุงของรายการวิทยุกระจายเสียง ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และพบว่าเพศชายมีจำนวนน้อยกว่าประมาณครึ่งหนึ่ง ดังนั้น รายการวิทยุกระจายเสียงควรปรับปรุงในเรื่องของการให้ข้อมูลสาระความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพราะผลการวิจัยในส่วนของความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการจัดรายการด้านเนื้อหาของรายการ พบว่าการให้ข้อมูลสาระความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ยังน้อยไปเมื่อเทียบกับเนื้อหาในด้านอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับที่ต่ำกว่า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับฟังที่เป็นผู้ชายมีความสนใจและเกิดความต้องการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเพศชายมักมีความต้องการเสพข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ฟังเพศหญิง ซึ่งจะทำให้รายการวิทยุกระจายเสียงมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2) จากผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียง พบว่า ภาพรวมผู้ฟังรับฟังรายการในระดับปานกลางเท่านั้น โดยส่วนใหญ่รับฟังรายการ 3-4 วัน / สัปดาห์ รองลงมาคือฟังบ้าง (1-2 วัน / สัปดาห์) และส่วนใหญ่รับฟังรายการในลักษณะฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น โดยมีผู้ฟังที่ฟังรายการในลักษณะไม่แน่นอนเปิดสลับไปมากับคลื่นอื่นเป็นจำนวนน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะประเด็นหลักเรื่องการเปิดเพลงที่อาจจะยังไม่เพียงพอต่อการสนองความต้องการทางอารมณ์ซึ่งพบว่า ผู้ฟังมีความพึงพอใจการจัดรายการในส่วนนี้มากที่สุด จึงทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกไม่ปะติดปะต่อทางอารมณ์จึงเบื่อ

หน่วยและเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น ดังนั้น หากทางรายการสามารถปรับปรุงส่วนต่างๆ เหล่านี้ให้ดีขึ้นและตรงกับความต้องการของผู้ฟังแล้วก็สามารถดึงดูดให้ผู้ฟังรับฟังรายการมากขึ้นกว่านี้ได้

3) จากผลการวิจัยในส่วนของความพึงพอใจจากการจัดรายการรักเพลงไทยทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม.837 กิโลเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครด้านการจัดรายการพบว่า ภาพรวมผู้ฟังรายการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะเนื้อหาด้านเพลงไทยอมตะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ารายการรักเพลงไทย ประสบความสำเร็จได้รับการยอมรับจากผู้ฟังว่า เป็นรายการที่ได้ทั้งสาระ ความรู้และความบันเทิง ซึ่งนับว่าเป็นการตอบสนองต่อแนวคิดหลักของรายการ ที่ว่า เป็นรายการเพลงที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจ เน้นการตอบปัญหาหรือข้อสงสัยในเรื่องต่างๆ ให้กับผู้ฟัง โดยเป็นศูนย์รวมของคำถามและคำตอบในทุกเรื่องราวนอกเหนือไปจากการให้ความบันเทิงด้านเสียงเพลง ดังนั้นทางรายการควรจรรักษาแนวคิดหลักนี้ไว้ และดำเนินรายการให้มีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับของผู้ฟังเช่นนี้ต่อไป ส่วนในด้านที่มีความพึงพอใจน้อยคือ ด้านสาระความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้างเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของรายการในทุกด้าน

4) จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจจากการจัดรายการของผู้ดำเนินรายการ ด้านลีลาการพูดและความเข้าใจ

การใช้ภาษาและความเป็นกันเองของผู้ดำเนินรายการ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีและควรรักษารวมทั้งพัฒนาต่อไป แต่สิ่งที่ควรปรับปรุงในการจัดรายการด้านวิธีการนำเสนอก็คือ เสียงประกอบเพื่อความสมจริงในรายการ ซึ่งผู้ฟังมีความพึงพอใจในระดับน้อย จึงควรที่จะต้องได้รับการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ความรู้สึกในการต้องการมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้นจะทำให้รายการมีความน่าสนใจและน่าติดตามเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปให้กับผู้ที่สนใจ ดังนี้

1. ควรศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการสาระนำรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จากรายการรักเพลงไทย ของผู้ฟังรายการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ควรศึกษาเรื่อง การใช้เพลงไทยเพื่อการจรรโลงใจของบุคคลสูงอายุ ในการบำบัดจิตใจและสุขภาพที่ดี
3. ควรศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุในการรณรงค์รับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียง
4. ควรศึกษาเรื่อง การอบรมผู้จัดรายการวิทยุให้สอดคล้องกับยุคไทยแลนด์ 4.0
5. ควรศึกษาเรื่อง แนวโน้มการบูรณาการการจัดรายการทางวิทยุให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในยุคไทยแลนด์ 4.0

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2551

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2561

วิจิตร ภักดิ์รัตน์. *การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความบันเทิง*. ใน *การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง*, นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

จุฬารัตน์ บุษบก. *พฤติกรรมและความต้องการในการรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, โครงการวิจัย (Research project) เพื่อขอรับทุนอุดหนุนการวิจัย คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, ปีงบประมาณ 2555.

นภาพรณ อัจฉริยะกุล. *ความหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

บัวผืน โตทรัพย์. “พฤติกรรม的开รับฟัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ. เอ็ม.89.75 เมกะเฮิร์ตซ์”. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต ปีที่ 10 ฉบับที่ 2, 2559.

พีระ จิระโสภณ. “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน”. ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร,นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2537.

วนัญญา เจนจบเขต. “ความพึงพอใจของผู้ขับรถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสถานีวิทยุ สวพ. FM91 (Traffic Pro)”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551.

สุทันต์ลีตา สุขะวรรณทัศน์. “พฤติกรรม的开รับสื่อวิทยุกระจายเสียงและความคิดเห็นของผู้ขับรถแท็กซี่ที่มีต่อรายการข่าวจราจร สถานีวิทยุ สวพ.FM91 ในเขตกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2558.

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล
ต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
Internet-Using Behavior and Perception of Tourism Information through
Digital Media to Travel Intention in the role of Internet Data Trust

ถิตรัตน์ พิมพ์พรรณ¹ และ วีระยุทธ พิมพ์พรรณ²

Thittarat Pimpaporn and Werayut Pimpaporn

Article History

Received: December 19, 2020

Revised: February 03, 2021

Accepted: February 09, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวไทยที่เคยใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 409 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ($\beta=0.220$) และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล ($\beta=0.510$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว โดยความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ($\beta=0.306$) และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ($\beta=0.450$) และได้มีการอภิปราย สรุปผล รวมทั้งเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว สื่อดิจิทัล ความเชื่อมั่นในข้อมูล ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus, Email: thittarat.p@ku.th

*Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร.คณะวิทยาศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Science at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the influence of internet use behavior to intention to travel 2) the influence of perception of tourism information through digital media to intention to travel 3) the role of internet data trust in the influence of internet use behavior and perception of tourism information through digital media to intention to travel by the quantitative research method. A questionnaire was used to collect the data from a sample of 409 Thai internet users. Pearson's correlation and multiple regression were used to analyze the collected data.

The results were that internet use behavior ($\beta = 0.220$), and perception of tourism information through digital media ($\beta = 0.510$) positively influenced on the intention to travel. In terms of the internet data trust that had positively affects the relationship between the internet use behavior and intention to travel ($\beta = 0.306$), perception of tourism information through digital media and intention to travel ($\beta = 0.450$). Finally, the implications of the finding and suggestions for future research are discussed.

Keywords: Internet-Using Behavior, Perception of Tourism Information, Internet Data Trust, Digital Media, Travel Intention

บทนำ

การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านพฤติกรรมของมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 (Samli, 2012) ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากรูปแบบ วิธีการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันด้วยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในรูปแบบดิจิทัล (Digital) ซึ่งเรียกได้ว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารดิจิทัลเป็นความปกติในรูปแบบใหม่ (New Normal) ของมนุษย์ในโครงสร้างเศรษฐกิจดิจิทัล (Andersen & Wong, 2013; United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2019)

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่สร้างผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวไทยในศตวรรษที่ 21 ซึ่งพบว่ามีปัจจัยสำคัญหลายประการ

ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) สังคมสูงวัย (Aging society) สังคมเมือง (Urbanization) และวิถีชีวิตดิจิทัล (Digital lifestyle) เป็นต้น(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยวิถีชีวิตดิจิทัล นับเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างสู่เศรษฐกิจดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงรูปแบบชีวิตในหลายมิติของประชากรในสังคม รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

สำหรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบชีวิตและพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่ามีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการศึกษาของไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ (2561) พบว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ทั้งพฤติกรรมพื้นฐาน พฤติกรรมก่อนเดินทาง พฤติกรรมระหว่างเดินทาง และพฤติกรรมสิ้นสุดเดินทาง และวันทิกา หิรัญเทศ (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว การเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) รวมทั้งการจองหรือชำระเงินผ่านเว็บไซต์ของที่พักแรม และยัง

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ความไว้วางใจทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต นับเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการด้วยเช่นกัน โดยการศึกษานี้ของ Lee & Turban (2001) พบว่า ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

จากสภาพการณ์ข้างต้นจึงเป็นสาเหตุสำคัญที่คณะผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในยุคดิจิทัล (Digital Age) ในด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล รวมทั้งความเชื่อมั่นในข้อมูลเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อมูลสำคัญที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสู่เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล ต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) กับคนไทยที่เคยใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2562 โดยเก็บข้อมูลในช่วงในช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2563

แนวคิดและทฤษฎี

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แนวคิดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต แนวคิดการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล แนวคิดความเชื่อมั่น และแนวคิดความตั้งใจซื้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet-Using Behavior)

โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยในเศรษฐกิจดิจิทัลมีรากฐานสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต หรือกล่าวได้ว่าเป็นยุคที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตคือศูนย์กลางในการเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการ (Internet Centric) ของธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ (Asongu & Odhiambo, 2020; Lee, 2006; Laya et al., 2018)

ผลการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2562 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 47.5 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 71.5 ของประชากรในประเทศไทยซึ่งมีอยู่จำนวน 66.4 ล้านคน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาถึงประเด็นพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet User Behavior) จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563) และนำมาเป็นกรอบเพื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ที่สำคัญมีดังนี้ รูปแบบของกิจกรรมการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงบริการดิจิทัล ความถี่ในการใช้บริการบนอินเทอร์เน็ต ความเชื่อมั่นในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

2. การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล (Perception of Tourism Information through Digital Media)

ปัจจุบันรูปแบบข้อมูลข่าวสารที่นิยมใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอสินค้าและบริการ ได้แก่ สื่อดิจิทัล (Digital Media) ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงผู้คนบนโลกดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกัน จากเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการปรับรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยมี

การสร้างสื่อในรูปแบบดิจิทัลเพื่อนำเสนอข้อมูลสารสนเทศของสินค้าและบริการ และนำไปเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการของแต่ละบุคคลในการเลือกสรร (select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความ (Interpret) ต่อสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าเพื่อสร้างภาพที่มีความหมาย อีกทั้งการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวัง ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการรับรู้จะเกิดขึ้นแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นจากประสาทการรับรู้หรือปัจจัยในการรับรู้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) โดยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในที่สร้างการรับรู้ข้อมูลจากสื่อดิจิทัล ประกอบไปด้วย 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Entrepreneur) ผู้สนับสนุนการท่องเที่ยวภาครัฐ (Tourism Government) 2) ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 3) สาร (Message) ได้แก่ ข้อมูลสินค้า บริการ ข่าวสาร และ 4) ช่องทาง (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศผ่านสื่อจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เปลี่ยนแปลงไปจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Danaher & Rossiter, 2011)

สำหรับช่องทางการสื่อสารของสื่อดิจิทัล (Digital Communication Source) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับนิยามได้แก่ 1) การสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Search Engine) 2) เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว (Travel & Vacation Websites) 3) เว็บไซต์สายการบิน (Airline Websites) 4) เว็บไซต์การท่องเที่ยวของรัฐ (Government Tourism Websites) 5) การโฆษณาออนไลน์ (Internet Advertising) 6) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) 7) เว็บไซต์โรงแรม (Hotel Websites) 8) กลุ่มพูดคุย (Chat Rooms) 9) บล็อก (Blogs) 10) เว็บไซต์สำนักข่าวออนไลน์ (Newspaper Websites) 11) เว็บไซต์นิตยสาร (Magazine Websites) 12) เว็บไซต์บริการสื่อวิดีโอ (Online Video Sites) 13) อีเมลบุคคล (Personal Email) 14) ชุมชนออนไลน์ (E-Groups) (Divinagracia et al., 2012) โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้สื่อดิจิทัลดังกล่าวเป็นกรอบในการศึกษาประเภทของสื่อดิจิทัลในการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

3. แนวคิดความเชื่อมั่น (Trust)

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสมัครใจส่วนบุคคลในการยอมรับต่อบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร โดยตระหนักถึงความถูกต้องและความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Currall & Judge, 1995) ซึ่งความเชื่อมั่น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับ ทั้งจากบุคคลหรือองค์กร (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2542) โดยความเชื่อมั่นและไว้วางใจดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดวิถีทางของพฤติกรรมของบุคคลด้วยเช่นกัน (สิริอร วิชชาวุธ, 2544)

สำหรับความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต มีการศึกษาที่ใกล้เคียงกันพบว่า ความเชื่อมั่นทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-trust) คือ ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อสารสนเทศเว็บไซต์ผู้ขาย (Web site trust) ซึ่งความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ และส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ (Fang et al., 2014)

4. แนวคิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ความตั้งใจซื้อ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่สะท้อนการวางแผนของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า และความมั่นใจในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมาของผู้บริโภค (Haward, 1994) ทั้งนี้ อุดลย์ จาตุรงคกุล (2550) อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจระหว่างขั้นตอนการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) และขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ตามทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของ Kotler (2000) นอกจากนี้ Kim & Pysarchik (2000) อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อ คือ ช่วงที่ผู้บริโภคพร้อมที่จะเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุดโดยสอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งความตั้งใจซื้อเป็นโอกาสที่จะนำไปสู่การซื้อจริงได้

ทั้งนี้ ความตั้งใจซื้อจึงสามารถอธิบายเกี่ยวกับความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intentions) ของนักท่องเที่ยวได้ว่าเป็นการแสดงถึงความต้องการในการเดินทาง มีความพร้อมรวมทั้งมีการวางแผนในการเดินทาง ซึ่งอาจนำไปสู่การเดินทางจริง ซึ่งสอดคล้องกับ Oliver (1997 อ้างในสุภาภรณ์ ประสงค์ หัน, 2560) ที่อธิบายว่าความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกที่ผู้โดยสารสังเกตและสัมผัสได้จากการกระทำ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบ เช่น การตั้ง

เป้าหมายในการเดินทาง ความพร้อมในการท่องเที่ยว เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง และการตอบสนองต่อความต้องการเป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรม มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลจากสื่อดิจิทัลพบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการจองบัตรโดยสารธุรกิจสายการบินภายในประเทศผ่านสมาร์ทโฟน (ธนิดา สีตะวัน, 2559) ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ ด้านประเภทของข้อมูลที่ค้นหา วัตถุประสงค์ในการค้นหาข้อมูล และความถี่ในการสืบค้น ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ (วรรณรัตน์ ชันจินา, 2559)

การรับรู้เกี่ยวกับสินค้าหลังเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต (อุไรรัตน์ มากไมตรี, 2558) พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค (ทรงศักดิ์ ศรีสวย, 2560) และยังมีการศึกษาที่พบว่า มีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีข้อค้นพบดังนี้ Chu (2018) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นเครื่องมือสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาของ

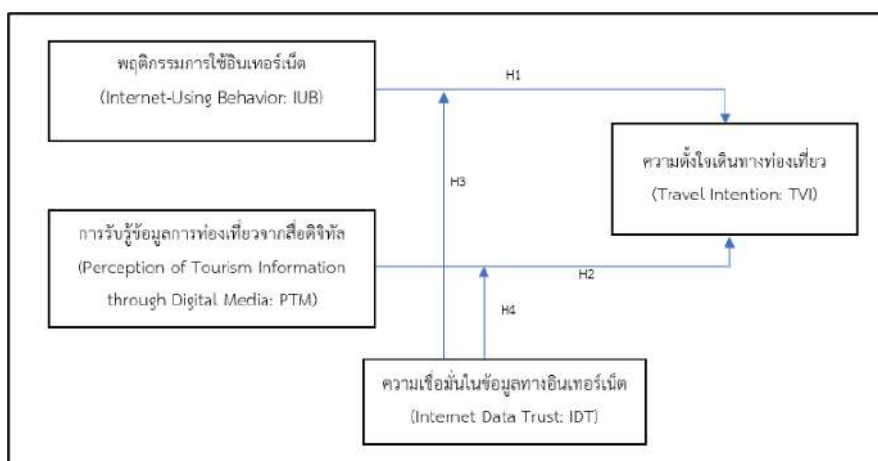
ชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์ (2554) พบว่า ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และดวงใจ จิระคุณานันท์ (2561) พบว่า สื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนี้ มีการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่น พบว่า ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัย ความน่าไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือในการใช้งาน ซึ่งเป็นผลด้านบวกในการตั้งใจใช้งาน (Slade and Emma, 2015) และความเชื่อมั่นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคชาวจีน (Li, Kim & Park 2007) และยังมีการศึกษาพบว่า เนื้อหาในเว็บไซต์ (Website content) ส่งผลต่อความเชื่อมั่น และมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อด้วยเช่นกัน (Athapaththu & Kulathunga, 2018)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลจากสื่อดิจิทัล เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อด้วยเช่นกัน จึงนำไปสู่สมมติฐานในการวิจัย และกรอบแนวคิดงานวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1

ภาพที่ 1

แสดงภาพสรีในการออกแบบ



หมายเหตุ: กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) คือ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 (H2) คือ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 (H3) คือ ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 (H4) คือ ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ คนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2562 มีจำนวน 47.5 ล้านคน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) จึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ยอมรับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 400 ตัวอย่าง (Yamane, 1973) โดยในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดคลาดเคลื่อนจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเติมและได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 409 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34 และเพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ในเจนเนอเรชันวาย (Generation Y: เกิดระหว่าง พ.ศ.2523-2540) คิดเป็นร้อยละ 46.32 เจเนอเรชันซี (Generation Z: เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 31.86 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X: เกิดระหว่าง พ.ศ.2508-2522) คิดเป็นร้อยละ 18.14 และเจนเนอเรชันบี (Baby Boomer

Generation: เกิดระหว่าง พ.ศ. 2489-2507) คิดเป็นร้อยละ 3.68 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.84 ปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 31.13 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.03 ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.56 ข้าราชการ-หน่วยงานรัฐ-รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.41 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.34 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.56 พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.23 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ที่ 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.00 ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.10 10,001 – 20,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.40 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.70 และ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนใหญ่เดินทาง 2-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 41.90 เดินทางมากกว่า 5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 23.80 เดินทางไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 16.70 เดินทาง 4-5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 12.30 และไม่เคยเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 44.90 เดินทางไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 39.20 เดินทาง 2-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 14.70 เดินทาง 4-5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 0.70 เดินทางมากกว่า 5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

2. เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยคำถามจำนวน 31 ข้อ

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล ประกอบด้วยคำถามจำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามจำนวน 8 ข้อ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านพิจารณาว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตรงกับเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือไม่ รวมทั้งตรวจสอบการใช้ภาษา เพื่อให้ได้แบบสอบถามชัดเจนและตรงประเด็น โดยคัดเลือกข้อคำถามโดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1976) ซึ่งค่าดังกล่าวอยู่ที่ 0.67 – 1.00 และทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเสมือน (Try Out) เพื่อวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยสูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ตัวแปร	IUB	PTM	TVI	IDT
ค่าเฉลี่ย (Mean)	3.86	4.59	3.65	3.48
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	0.77	0.73	0.80	0.63
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (IUB)	-			
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล (PTM)	.474**	-		
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว (TVI)	.220**	.510**	-	
ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (IDT)	.388**	.482**	.296**	-

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรความเชื่อมั่นในข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้การวิจัย คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) คือ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) ใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร โดยรายละเอียดของตัวแปร มีดังนี้

IUB = Internet Using Behavior (พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต)

PTM = Perception of Tourism Information through Digital Media (การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล)

IDT = Internet Data Trust (ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต)

TVI = Travel Intention (ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 นำเสนอด้านความสัมพันธ์ และส่วนที่ 2 นำเสนอเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

และตัวแปรความเชื่อมั่นในข้อมูลการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2
การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรต้น	สมมติฐานการวิจัย / ตัวแปรตาม			
	ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว (Travel Intention: TVI)			
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (IUB)	0.220***			
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว (PTM)		0.510***		
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (IUB)*ความเชื่อมั่นในข้อมูล (IDT)			0.306***	
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว (PTM)*ความเชื่อมั่นในข้อมูล (IDT)				0.450***
Adjusted R ²	0.046	0.258	0.091	0.201
F	20.690	142.841	41.867	103.362

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

ตารางที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.220$, $p<0.001$) จึงยอมรับในสมมติฐานที่ 1 และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.510$, $p<0.001$) จึงยอมรับในสมมติฐานที่ 2

ขณะที่การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรแทรกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.306$, $p<0.001$) จึงยอมรับในสมมติฐานที่ 3 และความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.450$, $p<0.001$) จึงยอมรับในสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวัชร ชัยเขต, พล เหลืองรังษี และธัญดา แก้วชนะ (2560) ที่พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

สำหรับด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของดวงใจ จิระคุณานันท์ (2561) ที่พบว่า การเปิดข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับ อิศระพงษ์ พลธานีและอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2562) ที่พบว่า การได้รับข้อมูลที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตด้านการท่องเที่ยวช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ตด้วยเช่นกัน

ขณะที่การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรแทรกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางบวกในอิทธิพลระหว่างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรแทรกระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim et al. (2008) ที่แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นตัวแปรสำคัญต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ในระดับสูง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้า หรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้นตามไปด้วย อีกทั้งอภิญา ญัฐพงศ์ฤทธิ์

และพัชนี เขยจรรยา (2559) ยังพบเช่นกันว่า ความน่าเชื่อถือและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

1.1 ดำเนินการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สื่อดิจิทัลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อเป็นการกระตุ้นความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐรวมทั้งภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

1.2 จัดทำข้อมูลบนสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อความน่าเชื่อถือต่อการรับข้อมูล

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยสำคัญที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญ ทั้งในด้านการให้ข้อมูลบนสื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ และมีความน่าเชื่อถือต่อผู้รับข้อมูล เพื่อให้ผู้รับ

ข้อมูลเกิดความเชื่อมั่นและนำไปสู่ความตั้งใจและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ในที่สุด ดังนั้น ภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานตนเองอย่างถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากภาครัฐถือเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือทั้งต่อประชาชนในประเทศและชาวต่างชาติ การให้ข้อมูลต่าง ๆ ของภาครัฐจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนั้น ภาครัฐยังควรมีบทบาทในการตรวจสอบการเผยแพร่ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตของภาคเอกชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวให้มีความถูกต้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้รับข้อมูลด้วยเช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยในอนาคต

2.1 ทำการศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคม หรือรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อสามารถได้ข้อมูลเชิงลึกถึงลักษณะและรูปแบบพฤติกรรมดังกล่าวต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.2 ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในตัวแปรที่สนใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ. ศ. 2558-2560*. สืบค้น 20 เมษายน 2563 https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- ชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์. (2554). *ผลของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภูมิศาสตร์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงใจ จิระคุณานันท์ (2561). *อิทธิพลของ Reviewer ในสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภูมิศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทรงศักดิ์ ศรีสวย (2560). *พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค*. การประชุมวิชาการเสนอมผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2560. สืบค้น 22 เมษายน 2563 จาก <http://gs.rmu.ac.th/grc2017/fullpaper/file/HS-O-10.pdf>
- ธนิดา สีตวัน. (2559). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการจองบัตรโดยสารธุรกิจสายการบินภายในประเทศผ่านสมาร์ตโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภูมิศาสตร์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- บรรศักดิ์ อวรรณโณ. (2542). *การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย*. วิญญูชน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ. (2561). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 13(1), 101-113.
- วรรณรัตน์ ชันจินา. (2559). พฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคาวผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัชร ชัยเขต, พล เหลืองรังษี และธัญดา แก้วชนะ. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสงขลา. *มหาวิทยาลัยหาดใหญ่*.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2562). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 5(ฉบับเสริม), 76-90.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ชีระฟิล์มและไซเท็ก จำกัด.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2544). *จิตวิทยาการอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2560). การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 20(1), 298-312.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563*. สืบค้น 20 เมษายน 2563 จาก www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-behavior-019.html
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิษฐา ญัฐพงศ์พฤทธิ และพัชนี เขยจรรยา (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิตการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ. ใน (บ.ก.), *ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559* (น.71-288). คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อิสระพงษ์ พลธานีและอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2562). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(1), 123-138.
- อุไรรัตน์ มากไมตรี. (2558). *อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กรณีศึกษา ธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Andersen, B., & Wong, D. (2013). *The new normal competitive advantage in the digital economy*. London: Big Innovation Centre. Retrieved on June, 2, 2020.
- Asongu, S. A., & Odhiambo, N. M. (2020). Foreign direct investment, information technology and economic growth dynamics in Sub-Saharan Africa. *Telecommunications Policy*, 44(1), 101838.
- Athapaththu, J. C., & Kulathunga, K. M. S. D. (2018). Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce. *International Business Research*, 11(10): 111-128.
- Chu, C. (2018). The Influence of Social Media Use and Travel Motivation on the Perceived Destination Image and Travel Intention to Taiwan of the Thai People. Master of Arts in Communication Arts. The Graduate School of Bangkok University.

- Currall, S. C., & Judge, T. A. (1995). Measuring trust between organizational boundary role persons. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64, 151-170
- Divinagracia, L. A., Divinagracia, M. R. G., & Divinagracia, D. G. (2012). Digital Media-Induced Tourism: The Case of Nature-based Tourism (NBT) at East Java, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 85-94.
- Danaher, P. J., & Rossiter, J. R. (2011). Comparing perceptions of marketing communication channels. *European Journal of Marketing*, 45(1/2), 6-42.
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E., & Lim, K. H. (2014). Trust, satisfaction, and online repurchase intention. *Mis Quarterly*, 38(2), 407-427.
- Haward, J.A. (1994). *Buyer Behavior in Marketing Strategy*. 2nd ed. NJ: Prentice Hall.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision support systems*, 44(2), 544-564.
- Kim, S. & Pysarchik, D.T. (2000). Predicting purchase intentions for uni-national and Binational products. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 28(6): 280-291
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. New Jersey: Prentice - Hall
- Laya, A., Markendahl, J., & Lundberg, S. (2018). Network-centric business models for health, social care and wellbeing solutions in the internet of things. *Scandinavian Journal of Management*, 34(2), 103-116.
- Lee, I. (2006). *E-business innovation and process management*. IGI Global.
- Lee, M., & Turban, E. (2001). A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1), 75-91.
- Li, R., Kim, J., & Park, J. (2007). The effects of internet shoppers' trust on their purchasing intention in China. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 4(3), 269-286.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterionreferenced test item validity. Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association: California. April 19-23, 1976 [Online] Available : <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>. Retrieved May 31, 2020.
- Samli, A. C. (2012). *International consumer behavior in the 21st century: impact on marketing strategy development*. Springer Science & Business Media.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, (8), 860.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2019). *Digital Economy Report 2019. Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries*. United Nations.
- Yamane, Taro (1973). *Statistics: an introductory analysis*. 3rd edition. Harper and row publication.

การออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ
The business media design for the refill station
on the vending machine of the natural product

ธนพล เนียมคง¹ ปิลันลน์ ปุณณูประภา² และ นพดล อินทร์จันทร์³

Thanapon Neamkong, Pilan Poonyaprapha and Noppadol Inchan

Article History

Received: July 16, 2021

Revised: September 09, 2021

Accepted: September 20, 2021

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาค้นคว้าการสร้างแบรนด์ธุรกิจและการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์ธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms กลุ่มประชากรอายุ 20-60 ปีที่เป็นผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ขั้นตอนที่หนึ่งเป็นขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบแบรนด์ธุรกิจจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าจากธรรมชาติ ผลพบว่าปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์งานออกแบบของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ แบ่งเป็น 3 ลำดับ ดังนี้ อันดับ 1 การสื่อถึงความธรรมชาติรักษาสีโลก อันดับ 2 คือการสื่อถึงการช่วยเหลือสังคมและชุมชน อันดับ 3 คือการสื่อถึงความทันสมัย ขั้นตอนที่สองผู้วิจัยได้นำผลจากการศึกษาในขั้นตอนที่หนึ่งมาออกแบบธุรกิจและร่างแบบตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติที่วิเคราะห์หาความต้องการจากกลุ่มเป้าหมาย และใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของการปรับใช้รูปทรงจากธรรมชาติ และนำแนวคิด Biophilic เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ทั้งหมด 6 แบบ 3 คอนเซ็ปต์ 1.Natural Harmony ให้ความรู้ถึงธรรมชาติ 2.Secret Story นำค้นหาเข้าถึงเรื่องราวแหล่งที่มาและแบบที่ 3.Modern Cozy ทันสมัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ขั้นตอนที่สามผู้วิจัยนำแบบร่างที่ออกแบบไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ผลพบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านเห็นตรงกันและสนใจแบบ A2 และเพิ่มเติมโดยการนำการเจาะใส่ของ

¹ นิสิตปริญญาโท, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Master's degree, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

E-mail: Thanapon-nay@hotmail.com *Corresponding author

³ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Advisor of Design for Business, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

รูปแบบ B มารวมกันกับแบบที่ A2 และแบบ A2 มีฐานของตัวตู้ที่โค้งมนซึ่งไม่สามารถออกแบบและใช้งานได้จริง ผู้ทำวิจัยจึงต้องปรับรูปแบบฐานของตัวตู้ในแบบ A2 ให้ถูกหลักของการออกแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้นและพัฒนาต้นแบบรีฟิลสินค้าจากธรรมชาติตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ: สื่อธุรกิจ ตู้รีฟิล สินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ การตลาดสีเขียว แบบร่างตู้

Abstract

The aims of business media design research for a natural product refill container are to study the creation, communication, and promotion of a brand for natural products refill containers. In this research, the researcher used a 4 step research and development method, including a Google Forms based survey of 100 Bangkok residents (as determined by the Yamane formula). The first step was the study and analysis of the design and business branding based on research and relevant literature including consumer behavior surveys and factors affecting the decision of consumers in choosing natural products. It was found that brand image and design communication consists of three categories as follows: (1) the eco-friendliness of the brand; (2) social and community contributions; and (3) lifestyle and modernity. In the second step, the researcher used the results of the first study to design a business and sketch the natural product refill containers according to the needs of the target market, while utilizing product design principles of adapting shapes and patterns of nature together with biophilic inspired design. The designs were divided into six main types based on three concepts: (1) natural harmony or feeling close to nature; (2) a secret story or an interesting background story; and (3) modern cozy or modern, yet environmentally friendly. In the third step, the researcher consulted with three branding and product design experts. Among the six refill container designs, the experts agreed that Type A2 was the most interesting and suggested to combine the transparency of pattern B with Type A2. A further suggestion was that A2 had an impractical base design. Therefore, the researcher had to adjust the form of the base according to the principles of product design and develop a refill container prototype for selling cleaning products with natural extracts based on the concept of designing according to the needs of consumers.

Keywords: The Business Media, Refill Station Vending Machine, Natural Product, Green Marketing, Container Designs

บทนำ

ปัจจุบันนี้โลกกำลังเผชิญกับวิกฤตปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรงโดยสาเหตุสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นเกี่ยวเนื่องมาจากพฤติกรรมของมนุษย์เป็นสำคัญ อันได้แก่ การเพิ่มขึ้นของประชากรความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี (Technological Advancement) ซึ่งได้ส่งผลให้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งด้านการพัฒนากระบวนการทางอุตสาหกรรมเพื่อการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งถ้าไม่ได้มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพียงพอจะส่งผลให้เกิดของเสียออกสู่สิ่งแวดล้อม และทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมาได้ อาทิ เช่น มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ มลภาวะทางเสียง และอาจจะนำไปสู่การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติตามมา ซึ่งในปัจจุบันได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น (อนุรักษ์ ปิ่นทอง, 2554)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) มองว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมากระแสความใส่ใจทางด้านสิ่งแวดล้อม มีการตื่นตัวมากขึ้นทั้งโลกรวมถึงประเทศไทยซึ่งกระแสหนึ่งที่มีการตื่นตัว คือ ปัญหาเกี่ยวกับขยะพลาสติกที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก โดยจากข้อมูล พบว่าทั่วโลกมีการผลิตขยะพลาสติก ประมาณ 302 ล้านตัน แต่หากพิจารณาทางด้านมาตรการจัดการที่ถูกต้องหรือการนำกลับไปใช้ใหม่ พบว่าสามารถทำได้เพียง 19.5% ที่เหลือถูกเผา 25.5% และทิ้งไปในสิ่งแวดล้อม 55.0% ขณะที่สำหรับกรุงเทพมหานครนับเป็นเมืองที่มีประชากรอยู่เป็นจำนวนมากมีการเติบโตของสิ่งก่อสร้างเพื่อตอบสนองการเข้าสู่ยุค Smart City ที่ตอบโจทย์ความสะดวกสบายของคนเมือง ซึ่งปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนเมืองมากมาย เช่น การคมนาคมขนส่งระบบรถไฟฟ้า นวัตกรรมแอปพลิเคชัน (Application) การสั่งอาหาร และรวมถึงเครื่องขายอัตโนมัติ (Vending Machine) มาเพื่อแก้ปัญหาให้เข้าถึงทุกพื้นที่และทุกช่วงเวลาของผู้บริโภค แต่ทั้งหมดนี้ต้องแลกกับการเกิดปัญหาจากการอุปโภคและบริโภคที่เห็นได้ชัดและต้องตระหนักคือ ปัญหาขยะซึ่งมากที่สุดในแต่ละวันจะมีขยะประมาณ 9,200 ตัน (9,000,000 กิโลกรัม) และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเป็นวันละ 15,000 ตัน (15,000,000 กิโลกรัม) ทำให้กรุงเทพมหานครต้องรับภาระค่าใช้จ่ายการกำจัดขยะปีละถึง 2,000 ล้านบาท ซึ่งปัญหาขยะที่เป็นปัญหาหลักจากที่พิกอาศัยเหล่านี้คือขยะมูลฝอยและปัญหาจากขยะบรรจุภัณฑ์ที่ทุกคนใช้ในชีวิตประจำวัน

แนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) เป็นแนวคิดของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (สส.) ซึ่งเป็นแนวทางในการลดการเกิดขยะตั้งแต่ต้นทาง ทำให้ปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดให้ลดให้น้อยที่สุดจนเป็นศูนย์ ซึ่งหัวใจสำคัญของแนวคิดขยะเหลือศูนย์คือการจัดการขยะที่ต้นทางเน้นการลดขยะการใช้ซ้ำ และการคัดแยกเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ก่อนนำไปกำจัด (Recycle) ซึ่งระบบนี้ช่วยให้ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มปรับลดลง ขณะเดียวกันก็ช่วยลดต้นทุนของธุรกิจในระยะข้างหน้าหากภาครัฐมีการใช้มาตรการภาษีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมาใช้และอีกหนึ่งโอกาสทางธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

หนึ่งในธุรกิจรักษ์โลกใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจในปัจจุบัน คือ ร้านรีฟิล ธุรกิจนี้น่าสนใจตรงที่มีสินค้ามาขายคือเป็นสินค้าที่ใช้บ่อยในชีวิตประจำวัน คุณภาพดี เท่ากับสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตแต่ราคาจำหน่ายต่ำกว่าสินค้าปกติทั่วไป เนื่องจากไม่มีต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์ โดยให้ผู้ซื้อนำบรรจุภัณฑ์มาใส่เองและคิดราคาตามน้ำหนักซึ่งธุรกิจนี้ค่อนข้างได้รับความนิยมในต่างประเทศ ขณะเดียวกัน ทั้งนี้ธุรกิจประเภทนี้ อาจยังมีไม่มากนักในประเทศไทยเพราะเป็นธุรกิจแนวใหม่ ตามแนวความคิด “เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ต้องใช้ระยะเวลาการรับรู้ของประชาชน แต่หากสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้เร็วจะช่วยเพิ่ม การรับรู้และจดจำ ให้กับธุรกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) โดยการสร้างแบรนด์ธุรกิจ สร้างความประทับใจโดยรวมจาก การโฆษณา ประสบการณ์การใช้สินค้า ภาพลักษณ์ขององค์กรและบุคลากรจากสินค้าและบริการ รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้เห็นแนวโน้มถึงโอกาสและแก้ปัญหาของธุรกิจร้านรีฟิลซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจยังไม่ตอบโจทย์ความสะดวกสบายของกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางและยังเป็นรูปแบบธุรกิจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) รวมถึงการพกพาผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่ยังไม่สะดวกสบายต่อกลุ่มเป้าหมายที่ไกลจากร้าน จึงเล็งเห็นรูปแบบเครื่องขายอัตโนมัติ (Vending Machine) ตอบสนองความสะดวกสบายของพฤติกรรมคนเมือง และสามารถติดตั้งใกล้เคียงระวางที่อยู่อาศัยได้ และเทรนด์ของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ แต่ผลิตภัณฑ์สีเขียว หลายอย่างในปัจจุบันยังคงประสบปัญหาจุดอ่อนของสินค้าจากธรรมชาติ คือ เรื่องการทำแบรนด์และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งความสำคัญของ

การสร้างแบรนด์ธุรกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง แบรนด์เป็นการสร้างประสบการณ์ร่วม การสร้างความผูกพันให้คนใช้แล้วกลับมาใช้อีก ทำให้ลูกค้า ฉะนั้น แบรนด์คือสิ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดสร้างภาพลักษณ์แบรนด์สื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าแบบเติม หรือ Refill Station ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและประหยัดค่าใช้จ่าย กับโอกาสทางธุรกิจรูปแบบเครื่องขายอัตโนมัติ ปรับภาพลักษณ์ใหม่ของเครื่องขายอัตโนมัติ และสร้างจุดเด่นของการรักษาสภาพโลก โดยการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติและตกย้ำให้คนหันมาใส่ใจสินค้าธรรมชาติรักษ์สิ่งแวดล้อมและมาจากชุมชนในประเทศไทยซึ่งเป็นของดี มีคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้สินค้า และที่สำคัญคือการลดขยะจากบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นปัญหาที่เริ่มแก้ได้จากกิจกรรมประจำวันของประชาชนในเมืองได้ ตอบโจทย์คนยุคใหม่เข้าถึงไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย ยกกระดับชีวิตคนเมืองอย่างยั่งยืนและใส่ใจสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาค้นคว้าการสร้างแบรนด์ธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคบริโภคจากธรรมชาติ
2. เพื่อการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์ธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคบริโภคจากธรรมชาติ

นิยามศัพท์

สื่อธุรกิจ หมายถึง การออกแบบแบรนด์และหากกลยุทธ์ศึกษาคู่แข่ง สร้างภาพลักษณ์แบรนด์และกำหนดช่องทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ผ่านเครื่องมือการทำการตลาดต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ตู้รีฟิล หมายถึง ตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ ประเภทสินค้าแบบเติม (Refill Shop/Station) โดยให้ผู้ซื้อนำบรรจุภัณฑ์มาใส่เอง และคิดราคาตามน้ำหนัก

สินค้าอุปโภคบริโภคจากธรรมชาติ หมายถึง สินค้าที่ซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน และใช้ในชีวิตประจำวัน ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ (Organic product) ปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม

การตลาดสีเขียว หมายถึง เครื่องมือที่ปกป้องและรักษาสีสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสังคมเพื่อความยั่งยืน รวมถึงการสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคแบบร่างตู้ หมายถึง การออกแบบขั้นตอนแรกก่อนการพัฒนาตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ ประเภทสินค้าแบบเติมจากธรรมชาติ

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยเพื่อศึกษาการออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ.2561 ถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2564 การใช้ กลุ่มตัวอย่าง 103 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชากรอายุ 20-60 ปีที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และกลุ่มที่ 2 ด้านออกแบบธุรกิจและร่างแบบตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคบริโภคจากธรรมชาติผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน รายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสริมยศ ธรรมรักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแบรนด์และธุรกิจ หัวหน้าภาควิชาการสื่อสารแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. อาจารย์อัศวิน โรจน์สง่า ผู้เชี่ยวชาญสาขาออกแบบตกแต่งร้าน Visual Merchandising อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และเป็นนักออกแบบอิสระ
3. คุณปภาวิ พงศ์ธนาวรานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ Refill Station หรือ ปิ๊มน้ำยา ร้านรักษาสภาพโลกแบบ No Packaging ร้านแรกในประเทศไทย

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นวิธีการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย แนวคิดการสร้างแบรนด์และการออกแบบ Biophilic Design

1. แนวคิดกระบวนการสร้างแบรนด์

ผู้วิจัยศึกษาผ่านหนังสือ Brand Management ซึ่ง (ศรีภิญญา มงคลศิริ, 2547) กล่าวถึงกระบวนการสร้างแบรนด์ในงานวิจัยว่าสามารถเริ่มต้นสร้างแบรนด์โดยทำตามขั้นตอนหลักๆ ที่สำคัญ ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 Target Consumer Identi-

fication กระบวนการสร้างแบรนด์เริ่มต้นที่การระบุตัวตนของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร คือ SWOT Analysis หมายถึง การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength Analysis) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness Analysis) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity Analysis) และการวิเคราะห์อุปสรรค (Threat Analysis) ตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning) ,ขั้นตอนที่ 2 Brand Design การออกแบบแบรนด์ (Brand Design) หมายถึง การออกแบบรายละเอียดเกี่ยวกับแบรนด์ อาทิ การกำหนดบุคลิกลักษณะ (Personality) ของแบรนด์ ข้อสำคัญของขั้นตอนนี้ คือ การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ ว่าต้องการให้แบรนด์เป็นอย่างไร และทิศทางไหน มีจุดยืนภาพลักษณ์ และมีคุณค่าของแบรนด์ ,ขั้นตอนที่ 3 Brand Identity Creation การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ของตราสินค้าคือลักษณะพื้นฐานที่ประกอบกันเป็นตราสินค้า อัตลักษณ์เป็นเสมือนลักษณะเฉพาะของตราสินค้าเป็นแก่นแท้ของแบรนด์ อัตลักษณ์ของแบรนด์ ยกตัวอย่าง รูปแบบของโลโก้ (Logo) สโลแกน (Slogan) ซึ่งสามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ได้ ,ขั้นตอนที่4 Brand Building Implementation คือ ขั้นตอนของการทำงานระดับปฏิบัติการที่จะนำเสนอข้อมูลต่างๆ อาทิ การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Awareness) การสร้างโอกาสแก่ผู้บริโภครับรู้ถึงแบรนด์ (Accessibility) ให้ปรากฏเป็นที่ประจักษ์ในความรู้สึกของผู้บริโภค เป็นต้น

2. แนวคิดหลักการออกแบบ Biophilic Design

O.wilson (1984) เอ็ดเวิร์ด โอวิลสัน กล่าวว่าความเชื่อภายในจิตใจสำนึกของมนุษย์มีความผูกพันและโยเยหาความเป็นธรรมชาติและระบบนิเวศอยู่เสมอ จึงเกิดแนวคิดที่สามารถสร้างความใกล้ชิดระหว่างกลุ่มคนให้เข้ากับธรรมชาติได้ หรือเรียกแนวคิดนี้ไว้ว่า สิ่งมีชีวิตทั้งหมดนั้นเป็นผลผลิตของธรรมชาติ และจะมีความเชื่อมโยงเข้ากันอย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่ต้องปรุงแต่ง (BuilderNews, 2016)

Kellert (2017) คุณภาพของการออกแบบ Biophilic ล้วนผ่านประสบการณ์ที่หลากหลาย ของความรู้สึกของมนุษย์ เช่น สายตา เสียง สัมผัส กลิ่น รส และการเคลื่อนไหวความรู้สึกที่มองเห็น เป็นวิธีที่ผู้คนรับรู้และตอบสนองต่อโลกธรรมชาติ เมื่อเราเห็นพืช สัตว์ น้ำ ภูมิทัศน์และสิ่งอื่นตามธรรมชาติจะมีการกระตุ้นการตอบสนองทางร่างกายอารมณ์และความรู้ความเข้าใจ ผู้คนมีปฏิกิริยา ตอบสนองต่อการสัมผัสทางอ้อมกับธรรมชาติ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่น่าประทับใจ วัสดุจากธรรมชาติ และรูปทรงตามธรรมชาติและอื่น ๆ ธรรมชาติที่สวยงามน่าดึงดูดโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระตุ้นความดึงดูด ความอยากรู้อยากเห็น การความคิดสร้างสรรค์ในทางตรงกันข้ามเมื่อขาดการสัมผัสกับโลกธรรมชาติ เช่น พื้นที่ที่ไม่มีหน้าต่างและไม่มีรูปลักษณ์

องค์ประกอบของแนวคิด Biophilic Design

1) Direct contact นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง คือ การใช้องค์ประกอบธรรมชาติเข้าไปใช้ในงานออกแบบโดยตรง ซึ่งจะปรากฏให้เห็นในเชิงกายภาพ เช่น พืชพรรณ ผิวสัมผัส แสงธรรมชาติ สร้างบรรยากาศแห่งความชุ่มชื้น หรือสร้างบรรยากาศทางธรรมชาติผ่านประสาทสัมผัสอื่นๆ เช่น การสัมผัสพื้นผิว อุณหภูมิ กลิ่น รสชาติ เสียง โดยการใช้การเปิดเสียงเลียนแบบธรรมชาติ การใช้น้ำมันหอมระเหย ไปจนถึงการรับรู้ทางสายตาจากการเคลื่อนไหวของใบไม้ เงามากต้นไม้ การเคลื่อนไหวของน้ำ

2) Indirect Contact ลดทอนรูปทรงเดิม แต่นำจุดเด่นบางอย่างมาปรับใช้ คือ การนำเอาองค์ประกอบทางธรรมชาติมาใช้โดยการลดทอนเส้นสายลงให้ไม่มีรูปลักษณ์เหมือนในธรรมชาติแต่ยังคงลักษณะเด่นขององค์ประกอบทางธรรมชาตินั้นไว้ได้อยู่ เช่น การนำเอารูปทรง สี หรือลักษณะบางอย่างของใบไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ ภูเขา มาตกแต่งร่วมกับวัสดุที่มีลักษณะพื้นผิวแบบธรรมชาติ เช่น ลวดลายของไม้ เปลือกไม้ หิน จนเกิดเป็นรูปแบบการตกแต่งที่จำลองความเป็นธรรมชาติได้อย่างแนบเนียน นอกจากนี้การใช้ลูกเล่นเรื่องความซับซ้อนของธรรมชาติ เช่น การใช้แสงเงามาใช้ในการออกแบบ

3) Human Spatial Respond ออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาตญาณของมนุษย์ คือ การออกแบบพื้นที่โดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหรือสัญชาตญาณธรรมชาติของมนุษย์ เช่น สัญชาตญาณชอบความท้าทาย ความลึกลับ ความเปิดเผย ความรักสงบ ซึ่งเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบจะเป็นการออกแบบพื้นที่โดยคำนึงถึงผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบภายในอาคารให้ดูโปร่งโล่ง แต่มีมุมทึบส่วนตัวเป็นพื้นที่แสนสงบเพื่อหลบหลีกความวุ่นวาย (Heath, 2018)

3. ความหมายของเครื่องขายอัตโนมัติ

เครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) คือ เครื่องขายอัตโนมัติหมายถึงการขายและการส่งมอบสินค้าโดยเครื่องขายอัตโนมัติให้กับผู้บริโภค

Smart SME (2563) ด้วยสถานการณ์ความไม่แน่นอนของโรคระบาด รวมถึงโลกยุค Next Normal ที่คาดว่าจะมีผู้คนไม่น้อยต่างใช้ชีวิตด้วยความระมัดระวัง ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลดการสัมผัสกำลังได้รับความนิยมสูงขึ้น ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือ Vending Machine ที่มีอัตราการเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย ทั้งเครื่องที่เน้นรูปแบบการให้บริการอย่าง เครื่องซักผ้า เครื่องจ่ายพลังงาน เครื่องขายอุปกรณ์ต่างๆ โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มอาหารที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และคาดว่า Vending Machine จะขยายจำนวนเพิ่มจาก 30,000 เครื่องในปัจจุบัน เป็น 70,000 เครื่อง ภายในเวลาเพียง 3 ปี

วิธีการศึกษา

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และศึกษาการสร้าง Branding และ Concept ด้านการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms และสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแบรนด์และธุรกิจ,ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์,ด้านการสร้างธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รักโลก

ผลการศึกษา

จากการที่ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาโดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าจากธรรมชาติ

การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Google Forms กลุ่มประชากรอายุ 20-60 ปี ที่เป็นผู้พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน จากการสำรวจแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ามีผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61 อายุ 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 83 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 54 มีราย

ได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 พักอาศัยรูปแบบประเภทบ้าน คิดเป็นร้อยละ 50 และพักอาศัยคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 45

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์และใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์จากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 95 โดยความถี่ในการใช้บริการจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของกลุ่มลูกค้า คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 69 บริเวณที่กลุ่มเป้าหมายมักจะใช้บริการตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ส่วนใหญ่ คือ บริเวณที่พำนักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 61.20 และปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เพราะ ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 82.60

จากการสำรวจด้านการซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ พบว่ามีผู้ที่เคยมีประสบการณ์และใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 94 พบว่าประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภคจากธรรมชาติ ที่กลุ่มเป้าหมายซื้อมากที่สุด คือ สบู่ คิดเป็นร้อยละ 37.90 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คือ เป็นสินค้ามีภาพลักษณ์และส่วนผสมจากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 40.90 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าจากธรรมชาติของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 81 สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คือ ร้านค้าเฉพาะของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก คิดเป็นร้อยละ 39.31 และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่กลุ่มเป้าหมายซื้อในแต่ละครั้ง คือ ราคา 501 - 800 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 87 สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คือ

สื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 51.5 แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้และให้ความสนใจ คือ จากชุมชนในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 82 ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของแบรนด์ของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คือ เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 46.15 และปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์งานออกแบบ

ของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ คือ การสื่อถึงความธรรมชาติรักโลก คิดเป็นร้อยละ 35.74

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบธุรกิจและร่างแบบตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ

ด้านการออกแบบแบรนด์ผู้วิจัยได้วางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) ตนเป็นสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ และเป็นธุรกิจ Refill Vending Machine (Self service) บริการตนเอง ซึ่งจะตรงกันข้ามกับธุรกิจค้าปลีกอื่นที่เป็นสินค้าผสมสารเคมีและซื้อร้านค้าที่มีพนักงานดังภาพประกอบที่โดยมีแนวคิดจาก (Concept) การเชื่อมโยงความอุดมสมบูรณ์และผลผลิตที่มาจากธรรมชาติของไทยที่มีเรื่องราวและพิเศษมาผสมผสานกับความทันสมัยให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

ชื่อธุรกิจหรือชื่อแบรนด์ (Name) ผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจความเขียว ความสดชื่นของสีเขียวและอ้างอิงถึงสิ่งที่ผู้บริโภค

นึกถึงสินค้าจากธรรมชาติ นั่นคือความกรีนและความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ จึงมีชื่อ ธุรกิจนี้ว่า “ขจี” (Kajee) มาจากสีเขียวขจี ซึ่งเป็นคำไทย ความหมายคือ ความอุดมสมบูรณ์ ความกรีน และความสดชื่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยได้ผลว่า

สโลแกน (Slogan) ให้เรื่องราว เปี่ยมไปด้วยความเขียวขจี Let the story be green

สี (Color) ที่ผู้วิจัยนำมาออกแบบแบรนด์ คือ ประเภทสีไทยโทนที่มีความทันสมัย ซึ่งเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย และสื่อถึงเรื่องราวแหล่งที่มาจากประเทศไทย แร่งบันดาลใจในการสร้างนวัตกรรมระบบสีไทยโทน (Thaitone) ของดร.ไพโรจน์ พิทยเมธี ทางผู้วิจัยจึงเลือกใช้ สีเขียวขจี ให้ความรู้สึกสดชื่น อุดมสมบูรณ์ และสีฟาง ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ

ภาพที่ 1

แสดงภาพสีในการออกแบบ



ตราสัญลักษณ์ (Logo) ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดการออกแบบ โดยการใช้ทรงกลมเพราะให้ความรู้สึกถึงความอ่อนคลาย และกลมเกลียวผสมผสานลายเส้นกิ่งก้านของต้นไม้

เปรียบเสมือนความร่วมมือใจของชุมชนต่างๆและตัวแบรนด์ ที่คัดสรรผลิตภัณฑ์ดีๆและปลอดภัยมารวมกันในตู้รีฟิลและส่งต่อให้กลุ่มลูกค้า

ภาพที่ 2

แสดงภาพตราสัญลักษณ์



เพื่อตอบโจทย์ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงได้นำผลการสำรวจมาออกแบบส่วนผสมทางการตลาดของ ธุรกิจ (4P) แบ่งได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้ สินค้า (Products) สบู่เหลวอาบน้ำ (Shower gel), ยาสระผม (Shampoo), น้ำยาล้างจาน (Dishwashing liquid), น้ำยาซักผ้า (Laundry liquid), กระเป๋าชจี (Kajee bag) ซึ่งผลิตจาก เส้นใย cotton จากกลุ่มหมามิตร หัตถกรรม ราคา (Price) ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจท้องตลาดของ ผลิตภัณฑ์อุปโภคในประเทศไทย โดยการสุ่มผลิตภัณฑ์ แล้วได้นำมาสรุปประมวลผลชนิดละ 3 ตัวอย่างเป็นอย่างต่ำมาเป็นราคาต่อปริมาตรโดยประมาณได้ ดังนี้ สบู่เหลวอาบน้ำ (Shower gel) 35 บาท/50 ml. 75 บาท/100 ml. 140 บาท/200 ml. ยาสระผม (Shampoo) 35 บาท/50 ml. 75 บาท/100 ml. 140 บาท/200 ml. น้ำยาล้างจาน (Dishwashing liquid) 20 บาท/50 ml. 35 บาท/100 ml. 65 บาท/200 ml. น้ำยาซักผ้า (Laundry liquid) 20 บาท/50 ml. 35 บาท/100 ml. 65 บาท/200 ml. กระเป๋าชจี (Kajee bag) 290 บาท ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แบ่งออกเป็น 3 สถานที่ ซึ่งมีผลพบว่าช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับหนึ่งคือบริเวณหมู่บ้าน อันดับที่ 2 คือบริเวณคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนต์ และอันดับที่ 3 คือบริเวณห้างสรรพสินค้า

การทำการตลาดสีเขียว (Promotion) Infographic ขบวนการลดการใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกและเล่าที่มาและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ผ่านการคัดสรรจากชุมชนในประเทศไทยสะสมแต้มผ่านระบบสมาชิกกระตุ้นยอดขายโดยใช้ Icon แทนการเจริญเติบโตผลิใบของต้นไม้ เขียวขจีขึ้น หากสะสมครบจะได้ส่วนลดของบริการ

ด้านการร่างแบบตู้จากผลการสำรวจข้างต้นพบว่าปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์งานออกแบบของ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ (Organic Product) ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ แบ่งเป็น 3 ลำดับ ดังนี้ อันดับ 1 การร่างแบบตู้ที่สื่อถึงความธรรมชาติรักษ์โลก คิดเป็นร้อยละ 35.74 อันดับ 2 คือการร่างแบบตู้ที่สื่อถึงการช่วยเหลือสังคมและชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.90 อันดับ 3 คือการร่างแบบตู้ที่สื่อถึงไลฟ์สไตล์ ดูทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 18.47 ผู้วิจัยจึงได้นำ 3 ปัจจัยหลักมาเป็นแนวคิดในงานร่างแบบตู้รีไซเคิลขายสินค้าประเภทน้ำยาทำความสะอาดที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ ดังนี้ แบบที่ 1 A - Natural Harmony ให้ความรู้สึกถึงธรรมชาติ แบบที่ 2 B - Secret Story นำค้นหาเข้าถึงเรื่องราวแหล่งที่มา แบบที่ 3 C - Modern Cozy ทันสมัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ภาพที่ 3

แสดงภาพแบบร่างตู้



ขั้นตอนที่ 3 ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านธุรกิจ

ทำการวิจัยเชิงสำรวจ ผ่านทางผู้เชี่ยวชาญและมีความเห็นตรงกันว่าตู้แบบ A2 มีดีไซน์ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพราะแบบจะมีความแตกต่าง และมีดีไซน์ที่น่าจะโดน

ใจคนรุ่นใหม่ และดึงดูดความสนใจได้ดีรูปแบบเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย บุคลิกภาพของแบรนด์ดูเรียบง่าย สะท้อนสะท้อนแนวความคิดได้ในเวลาสั้นๆ อักษรของแบรนด์ดูสบาย

ตา ใช้สีตรงตามความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์คิดว่าเหมาะสมกับผู้หญิงโดยเฉพาะ แต่ถ้าเป็นเชิงการ

ออกแบบอาจจะต้องดูเรื่องระบบข้างหลังเพิ่มเติม และระยะการใช้งาน มีดีไซน์ที่

สวยงาม การใช้พื้นที่(เวลานำตู้ไปจัดวาง) และอาจจะต้องปรับรากฐานดูมั่นคง รูปทรงดูเรียบง่ายดูเป็นธรรมชาติคล้ายหยดน้ำ มีการจดจำได้แตกต่างเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด แบบผลิตได้ง่ายกว่าตัวอื่น ตัวเจ้าน้ำยามีหลายหัว น่าจะเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้ ทางด้านภาพลักษณ์ดูเข้าใจง่ายดี

ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาการออกแบบธุรกิจและตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ

ภาพที่ 4

แสดงภาพแบบพัฒนาตู้



อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการออกแบบธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ มีความสอดคล้องกับข้อมูลในแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ ดังนั้นด้านการสร้างแบรนด์ธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ กระบวนการสร้างแบรนด์ธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ จากการศึกษาแนวคิดกระบวนการสร้างแบรนด์ (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547) กล่าวเกี่ยวกับกระบวนการมี 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 (Target consumer identification) คือการกำหนดว่า องค์กร หรือบริษัทจะทำอะไร ในขอบเขตขนาดไหน และ ทำไปเพื่อใคร โดยควรจะมีการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาหาจุดอ่อนจุดแข็งของตนเอง ตลอดจนโอกาสและ อุปสรรค

การร่างแบบตู้รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติผ่านการทำแบบสอบถามต้นแบบทั้ง 3 แบบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านเห็นตรงกันและสนใจแบบ A2 และเพิ่มเติม โดยการนำการเจาะใส่ของรูปแบบ B มารวมกันกับแบบที่ A2 และแบบ A2 มีฐานของตัวตู้ที่โค้งมนซึ่งไม่สามารถออกแบบและใช้งานได้จริง ผู้ทำวิจัยจึงต้องปรับรูปแบบฐานของตัวตู้ในแบบ A2 ให้ถูกหลักของการออกแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น และนำไปเป็นแบบจำลองประจำคอนโดมิเนียม หมู่บ้านและห้างสรรพสินค้า

จากภายนอก และทำการวิเคราะห์ผู้บริโภคใน เชิงลึก (Consumer Analysis) ว่าต้องการอะไร คาดหวังอะไรจากแบรนด์ขั้นตอนที่ 2 Brand Design การออกแบบแบรนด์ (Brand Design) หมายถึง การออกแบบเนื้อหาออกแบบรายละเอียดเกี่ยวกับแบรนด์ เป็นการเชื่อมโยงตราสินค้า ที่เป็นบุคคลเข้ากับคุณลักษณะของบุคคล (Personality Attribute) ที่แตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกทางด้านจิตใจของแบรนด์ ข้อสำคัญของขั้นตอนนี้ คือ การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ จุดยืนภาพลักษณ์ของแบรนด์ ขั้นตอนที่ 3 Brand Identity Creation คือการกำหนดแนวทาง และรูปแบบในการสื่อสารของแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็นตราสัญลักษณ์ สโลแกน สี เสียง ขั้นตอนที่ 4 Brand Building Implementation คือ ขั้นตอนการยกระดับแบรนด์

(Leveraging the Brand) ตามลำดับ และในส่วนของเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมานำเสนอให้แก่ผู้บริโภค โดยผ่านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดต่างๆโดยขั้นตอนการทำงานในระดับปฏิบัติการ อาทิ การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Awareness) การสร้างโอกาสแก่ผู้บริโภครับรู้ถึงแบรนด์ (Accessibility) แบรนด์ธุรกิจสำหรับคู่รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ ขั้นตอนในการสร้างแบรนด์หลักๆ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) โดยการสร้างสรรค์ธุรกิจในรูปแบบแนวการออกแบบที่สื่อถึงการรักษ์โลกและความจริงใจบวกกับความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ภายใต้

แนวคิดของสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม.การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ (Brand Attributes) โดยการสร้างประโยชน์ที่เน้นประโยชน์ใช้สอย เช่น การนำเป็นสินค้าจากธรรมชาติ ปลอดภัยและทันสมัยมาพัฒนา การสร้างระบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ธุรกิจได้สอดคล้องกับแนวคิดนี้ คือ ธุรกิจสำหรับคู่รีฟิลสินค้าอุปโภคจาก

ธรรมชาติ มีการสร้างระบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ มีการสร้างชื่อแบรนด์ที่บ่งบอกถึงสินค้าและเจ้าของแบรนด์ การออกแบบโลโก้ที่มีความเป็นไทย ให้เกิดความโดดเด่น จำง่ายรวมถึงการออกแบบโลโก้เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้ชัดเจน การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ (Brand Awareness) โดยการนำแบรนด์ไปสู่ตลาดทำให้คนรู้จักการรับรู้เกิดจากการต่อยอดธุรกิจและสินค้าได้สอดคล้องกับแนวคิดนี้ คือ การทำการสื่อสารการตลาด ได้แก่ การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การออกบูธแสดงสินค้าการสร้างเว็บไซต์ หรือช่องทางออนไลน์ต่างๆ จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจสำหรับคู่รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติเป็นธุรกิจที่ยังใหม่ จึงทำให้มีการสร้างแบรนด์อย่างระมัดระวังและค่อยเป็นค่อยไป และศึกษาหากลยุทธ์ที่คอยต่อยอดการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ด้านการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์ธุรกิจสำหรับคู่รีฟิลสินค้าอุปโภคจากธรรมชาติ สอดคล้องกับหลักการการตลาดสีเขียว Green Marketing หรือ Eco-Marketing เป็นเครื่องมือที่ปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสังคมเพื่อความยั่งยืน รวมถึงการ

สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค จะเรียกว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของแบรนด์ หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) นอกจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวแบรนด์แล้ว ทางแบรนด์ตระหนักและใส่ใจในเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ดังที่ (วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์, 2559) ได้ให้ความเห็นด้านการตลาดสีเขียวว่ามีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539) ที่พูดถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสีเขียว 4 ด้าน ทำให้ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดของการการประชาสัมพันธ์แบรนด์ธุรกิจแบบ B2C (Business to Customer) และการทำการตลาดสีเขียวซึ่งจะเป็นการตลาดที่มุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภค หรือ End Users การประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างการเชื่อมโยงของตัวผู้ที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ไปในตัวและสามารถเป็นตัวกลางระหว่างแบรนด์กับลูกค้าได้ สามารถกระตุ้นยอดขายได้ เน้นสื่อสารโฆษณาถึงประโยชน์ของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจะได้รับ กำหนดจุดแข็งและข้อความที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเก็บข้อมูลและออกแบบงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่าความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคถึงความต้องการด้านต่างๆ และสามารถสรุปเป็นด้านได้ดังนี้ สำหรับผู้ทำวิจัยถัดไปด้านการต่อยอดธุรกิจจากหลักคิด Refill Store คือ ตู้ขายอาหาร Ready-to-Eat ที่ปรุงสุกจากธรรมชาติไร้สารเคมี ทั้งยังมีแนวโน้มจะขยายตัวไปยังกลุ่มอาหารสด รวมถึงผักและผลไม้

ตู้ Refill ข้าวสารทุกชนิด จัดให้เป็นศูนย์รวมข้าวเด่นของไทย ไม่ว่าจะเป็นข้าวเหนียว ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสังข์หยด จากมือเกษตรกรไทย

ตู้จำหน่าย หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือพกพาเจลแอลกอฮอล์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 เพิ่มโอกาสในการขายลดการสัมผัสและตอบโต้ด้วยความสะดวกสบาย

บรรณานุกรม

- วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์. (2559, 24 พฤศจิกายน). *Green marketing การตลาดที่ยั่งยืน*. <http://www.smethailandclub.com/marketing-1482-id.html>
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management*. สำนักพิมพ์เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม*. บริษัทวิสิทซ์พัฒนาจำกัด.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562, 11 มีนาคม). *SME จับเทรนด์รักษ์โลก เร่งสร้างเม็ดเงิน*. <https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/GreenBusiness.pdf>
- อนุรักษ ปิ่นทอง. (2554, 5 ธันวาคม). *อุตสาหกรรมผู้ร้ายในคราบน้ำกัญ*. <http://ecologyindustrypinthong.blogspot.com/BuilderNews>. (2016 May 8). *Biophilic Design*. <https://www.buildernews.in.th/news-cate/news-updates/1053>
- Heath, O. (2018, March 8). *Creating Positive Spaces*. http://interfaceinc.scene7.com/is/content/InterfaceInc/Interface/EMEA/eCatalogs/Brochures/Community%20Design%20Guide/English/ec_eu-communitydesignguide-en.pdf
- Kellert, S. (2017, May 1). *The Practice of Biophilic Design*. https://www.researchgate.net/publication/321959928_The_Practice_of_Biophilic_Design
- NT. (n.d.). *Taro Yamane : Determination of Population Groups for Research*. <https://greedisgoods.com/taro-yamane/>. [in Thai]
- O. Wilson, E. (1984, January 13). *Biophilia*. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674074422&content=reviews>
- Smart SME. (28 ธันวาคม 2563). *ชี้ช่องรวย ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ*. <https://www.smartsme.co.th/content/243185>

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย

Design and development of product from Thai Yantra tattoo for Generation Y

พรรษา เครือคล้าย¹ และ นพดล อินทร์จันทร์²

Pansa Krueaklay and Noppadol Inchan

Article History

Received: July 20, 2021

Revised : September 12, 2021

Accepted: September 17, 2022

บทคัดย่อ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย สำหรับกลุ่มคน เจนเอเรชั่น วาย เป็นงานวิจัยที่ใช้รูปแบบการวิจัย และพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และนำลายสักยันต์ไทยมาออกแบบให้เข้ากับสังคมปัจจุบัน และเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จาก ลายสักยันต์ไทย โดยการพัฒนาลวดลายลายสักยันต์จากการศึกษาข้อมูล จัดทำแบบร่าง และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบกราฟิก ด้าน ออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านออกแบบแฟชั่น พิจารณา ปรับต้นแบบ การทำแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน และสร้าง ต้นแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงวางแผนด้านธุรกิจผ่านการทำแบบจำลองธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่าลายสักยันต์สามารถแบ่งออกตามความ เชื่อทางไสยศาสตร์ได้ 2 แบบ คือความเชื่อด้านมหาอุด สะท้อนออกด้วยรูปแบบของเสือ และความเชื่อด้านมหานิยม สะท้อนออกด้วย รูปแบบของ นกคู่ (สาลิกา) เมื่อนำมาพัฒนาด้านแบบพบว่า แบบที่ 4 ในหมวดมหาอุด และแบบที่ 2 ในหมวดมหานิยม เหมาะสมใน การนำไปพัฒนาด้านแบบ พบว่าพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยที่ 20,000 บาท สินค้าที่เลือกซื้อเป็นประจำคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 98 มูลค่าการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 501-1,000 บาท ความถี่ในการซื้อที่เดือน ละ 1 ครั้ง โดยใช้การตัดสินใจจาก รูปแบบดีไซน์ (Design) ราคา และสามารถใช้งานได้หลายโอกาส ตามลำดับ นิยมซื้อสินค้าผ่านช่อง ทางออนไลน์ โดยจาก Instagram สูงสุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 69 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ลายสักยันต์ไทย 2 คอลเลคชั่น โดยแต่ละชุดประกอบด้วย เสื้อยืด กระเป๋าสะพาย หมวก กระเป๋าใส่ธนบัตร และพวงกุญแจ โดยแบ่งเป็นหมวดมหาอุด และหมวด มหานิยม ทั้งนี้ได้ดำเนินการทำวางแผนการพัฒนาด้านธุรกิจจากผลิตภัณฑ์ลายสักยันต์โดยสะท้อนจากผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

คำสำคัญ: ลายสักยันต์ ผลิตภัณฑ์ความเชื่อ สินค้าแฟชั่น การตลาดโซเชียล เจนเอเรชั่นวาย

¹ นิสิตปริญญาโท, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Master 'Degree, College of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University

² อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Advisor, College of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University

Abstract

This research concerned with the design and development of products from Thai Yantra Tattoo for Generation Y and uses research and development to study and design Thai Yantra tattoos for the trends of the modern era and using homegrown products types, such as Thai Yantra tattoos. The sketch development of Yantra tattoo designs for examination by our specialists in graphic design, product design, and fashion design. The survey of 100 samples has conducted for the observation and the improvement through prototypes and business models. The results of the study revealed that Yantra tattoo designs can divided into two types according to superstitious beliefs. They are Mahaoud, defined as the form of a tiger, and Mahaniyom, defined as the form of a bird couple (Salika). When used to develop a prototype, it found that sketch type four in Mahaoud and the sketch type four in Mahaniyom were the most suitable for prototype development. It is found that the behavior of buyers, female, aged between 26-30 years, with an average income of 20,000 Baht, who made regular purchases for clothes at 98%, the value of each buy ranged from 501-1,000 Baht, with a frequency of once a month. Their decisions based on design, price, and suitability. The preferred channel is via Instagram at 69%. With this said, the researcher has designed two collections of Thai Yantra tattoo products, each consisting of a T-shirt, a shoulder bag, a hat, a wallet, and a keychain divided into Mahaoud and Mahaniyom categories. In this regard, a business development plan from Yantra tattoo products has thus made, reflecting the results of consumer behavior research.

Keywords: Thai Yantra Tattoo, Superstitious Products, Fashion Products, Superstitious Marketing, Generation Y

บทนำ

การสักยันต์ในประเทศไทยนั้นมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยมีจุดประสงค์หลักในเรื่องของความเชื่อทางด้านไสยศาสตร์ว่าจะทำให้เกิดโชคลาภ เมตตา แคล้วคลาด อยู่อย่างคงกระพัน ปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ซึ่งจากลายสักที่อยู่บนร่างกายของคนนั้น หากนำลวดลายมาพิจารณาจะพบว่าในแต่ละลวดลายได้มีการสอดแทรกเอาไว้ด้วยเรื่องราวที่สื่อความหมาย ซึ่งจะมีลายสักยันต์ที่เป็นที่นิยมในบรรดาผู้สัก โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามความเชื่อทางไสยศาสตร์ ได้แก่ 1. เมตตามหานิยม มักมีสัญลักษณ์การใช้เป็นรูปจิ้งจก นางกวัก นกสาลิกา เพื่อผลลัพธ์ทางการค้าขาย การเงิน มีเสน่ห์ เป็นที่รักของผู้พบเห็น เป็นต้น และ 2. มหาอุด คงกระพันชาตรี เพื่อให้แคล้วคลาดจากภัยอันตราย อยู่อย่างคงกระพัน ลายที่ใช้จะออกแนวคูราย สง่างาม และกล้าหาญ ได้แก่ ลายเสือ หนุมาน สิงห์ วัว เป็นต้น หากมองในแง่ของความงามด้านศาสตร์และศิลป์ จะพบว่าลายสักยันต์ล้วนมีเสน่ห์ที่ลึกซึ้งและน่าค้นหา ทั้งยังต้องใช้

องค์ความรู้ในการสร้างลายขึ้นมาในแต่ละลายอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นตาราง ตัวเลข อักษร อักษรขอม รูปเรขาคณิต รูปสัตว์ ดอกไม้ต่าง ๆ ที่นำมาจัดเป็นองค์ประกอบต่อหนึ่งลาย การสักยันต์ก็แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบด้วยกันคือ การสักหมึก กับการสักน้ำมัน หากต้องการให้เห็นลวดลายก็จะใช้การสักหมึก แต่หากไม่ต้องการให้เห็นลวดลายนั้นก็จะเป็นการสักน้ำมัน

แม้ว่าในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ในสังคมไทยมีความเชื่อเรื่องการสักยันต์หรือยันต์ในทางไสยศาสตร์ ทั้งยังให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ในเชิงพาณิชย์ จึงได้มีการสร้าง ปลุกเสก เครื่องรางของขลังกันอย่างแพร่หลาย จนเกิดเป็นธุรกิจความเชื่อที่ทำรายได้มหาศาลจากผลสำรวจของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยพบว่าธุรกิจความเชื่อ เป็นธุรกิจที่โดดเด่นใน 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งปี 2563 เนื่องจากปัจจุบันคนจำนวนมากต้องการหาที่พึ่งยึดเหนี่ยวจิตใจทั้งด้านการเงิน การงาน ความศรัทธา และความรัก ประกอบกับความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเครื่องรางของ

คลัง เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด และที่สำคัญคือลูกค้าบางกลุ่มพร้อมที่จ่ายเพื่อซื้อสิ่งที่ตนเองเชื่อเพื่อมาเป็นที่พักพิงทางใจ

อีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจความเชื่อกำลังได้รับความนิยมเป็นเพราะผลมาจากปัจจัยหนุนจากความเติบโตของธุรกิจการค้าออนไลน์ มีการเปิดช่องทางใหม่ ๆ ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงวัดมณคลหรือสินค้าความเชื่อต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น จากเดิมที่ต้องเดินทางไปถึงวัดเพื่อเช่าวัดมณคลต่าง ๆ แต่ปัจจุบันก็สามารถเช่าวัดมณคลหรือซื้อสินค้าเหล่านั้นตามช่องทางออนไลน์ได้หลากหลายช่องทาง และถึงแม้ว่าความเชื่อเป็นจริงแล้วเครื่องรางของคลังต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีขายมานานแล้ว แต่ก็ไม่ได้เป็นที่นิยมกันในวงกว้างมากนัก โดยจะเป็นวัดมณคลที่ทางวัดจัดทำขึ้นเป็นปกติ มีรูปแบบทั่วไป และซ้ำกัน จนไม่มีตัวเลือกความหลากหลายของสินค้ามากนัก

จากเรื่องราวของธุรกิจความเชื่อที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากลวดลายสักยันต์ไทย ซึ่งปัจจุบันมีความนิยมในการทำการตลาดแบบการตลาดโชคลาง (Superstitious Marketing) เป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้กับธุรกิจอย่างหนึ่ง โดยการนำความเชื่อเรื่องโชคลางที่มีอยู่ในสังคมไทยมาประยุกต์ใช้กับการทำการตลาด โดยไม่ได้มีข้อจำกัดว่ากลุ่มเป้าหมายจะต้องเป็นคนที่มีความเชื่อไปเสียทีเดียว อาจจะเป็นกลุ่มคนที่ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเหล่านั้นเลยก็ได้ แต่สามารถรับรู้เรื่องราวความเชื่อเหล่านั้นผ่านงานออกแบบนี้และอาจทำให้ทัศนคติที่มีต่อความเชื่อเกี่ยวกับการสักยันต์ที่ดูไกลตัว กลายเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวขึ้นมาได้ ซึ่งจุดแข็งอาจจะไม่ใช่แค่ในแง่ของความสวยงามเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมดวงให้กับผู้ใช้งาน (ในด้านของความเชื่อ) อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและนำลายสักยันต์ไทยมาออกแบบให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย

นิยามศัพท์

ลายสักยันต์ หมายถึง ลวดลายที่อยู่บนร่างกายของมนุษย์จากการนำเอาเหล็กแหลมจุ่มหมึกหรือน้ำมันแท่งลงบนผิวหนัง ให้เป็นอักขระ เครื่องหมาย ตาราง รูปภาพ หรือสัญลักษณ์รูปแบบใด

รูปแบบหนึ่ง ถ้าใช้หมึกเรียกว่า การสักหมึก ถ้าใช้น้ำมันจะเรียกว่า การสักน้ำมัน ขึ้นอยู่กับผู้ที่ต้องการสักว่าอยากให้เห็นลายหรือไม่ โดยผู้ที่สักส่วนใหญ่ก็มีความเชื่อด้านไสยศาสตร์เกี่ยวกับลายสักยันต์ว่า ลายสักยันต์นั้นสามารถให้โชคลาง หรือช่วยปกป้องคุ้มครองผู้ที่มีรอยสักยันต์จากภัยอันตรายต่าง ๆ ได้

ผลิตภัณฑ์ความเชื่อ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการผสมผสานระหว่างเรื่องราวความเชื่อด้านไสยศาสตร์หรือโชคลาง โดยจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถพกพาได้เพื่อเป็นที่พักพิงทางใจแก่ผู้ใช้งาน หรือผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดความสบายใจแก่ผู้ใช้งาน เช่น กระเป๋ายันต์ ผ้ายันต์ เสื้อยันต์ เป็นต้น

สินค้าแฟชั่น หมายถึง สินค้าที่เป็นกระแสนิยมที่ผู้คนทั่วไปยอมรับ โดยมักจะมีความเชื่อมโยงกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน หรือครอบคลุมอยู่ในปัจจัยสี่ที่ผู้บริโภคต้องการ สินค้าแฟชั่นจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ตัวอย่างเช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกายต่าง ๆ เป็นต้น

การตลาดโชคลาง หมายถึง การนำความเชื่อเรื่องโชคลางที่มีอยู่ในสังคมไทยมาประยุกต์ใช้กับการทำการตลาดซึ่งถือเป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้แก่การทำธุรกิจอย่างหนึ่ง ทั้งยังช่วยเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย เช่น ธุรกิจเสื้อยันต์ที่มีการหยิบนำเอาศาสตร์ความเชื่อเรื่องสิ่งมงคลหรือสิริมงคลประจำวันเกิดมาปรับใช้ในการนำเสนอแก่ผู้บริโภค ว่าคนเกิดวันนั้นเหมาะกับเสื้อสีนี้ใส่แล้วรวยแล้วเฮง เป็นต้น

เจนเนอร์ชั่นวาย หมายถึง กลุ่มคนอายุตั้งแต่ 21-30 ปี ที่มีความเชื่อในสินค้าประเภทเครื่องรางของคลังอยู่บ้าง หรืออาจไม่มีความเชื่อเลยก็ได้ แต่มีความสนใจในแฟชั่น การแต่งตัว มีความชื่นชอบสินค้าที่มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใครและสินค้าที่มีเรื่องราว

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตการวิจัยเพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทย โดยการวิจัยนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มประชากรหญิงและชายอายุ 21-30 ปี ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และผู้วิจัยได้ทำการขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 5

ท่าน แบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2 ท่าน
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแฟชั่น 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้าน
การออกแบบกราฟิก 2 ท่าน

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อและการสัจยัตย์ของคนไทย

จากการศึกษาพบว่า คนไทยส่วนใหญ่อยู่คู่กับความ
เชื่อมาอย่างยาวนานทุกยุคทุกสมัย ซึ่งล้วนแต่เป็นความเชื่อ
ส่วนบุคคล และความเชื่อล้วนเกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตใน
ปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นความเชื่อในด้านที่ดี เป็นที่พึงพอใจ
ความเชื่อแบ่งออกแบ่งได้หลายประเภท โดยจะแบ่งตามผลลัพธ์
ทางด้านไสยศาสตร์ หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากสิ่งนั้น ๆ ที่เราเชื่อ
เช่น ความเชื่อในด้านเมตตามหานิยม คนรักคนหลงมีเสน่ห์ หรือ
ความเชื่อในด้านมหาอุด อยู่ยงคงกระพัน ซึ่งจะมีความคิด
คล้ายกับลวดลายสัจยัตย์ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ โดย
แบ่งตามความเชื่อด้านผลลัพธ์ของลายนั้น ๆ คือ ด้านเมตตามหา
นิยม เป็นตัวแทนของความมีเสน่ห์ เป็นที่รักของผู้พบเห็น ผลลัพธ์
ด้านการเจรจา ค่าขาย เงินทองไหลมาเทมา มีสัญลักษณ์แฝง
คือจิ้งจก สาลิกา ด้านมหาอุด เป็นตัวแทนของความคงกระพัน
ชาตรี พันแทงไม่เข้า ลวดลายที่นิยมสักหรือสัญลักษณ์แฝงคือ เสือ
หนุมาน สิงห์ โดยลวดลายจะมีลักษณะที่ ดูร้าย ปราดเปรี้ยว สง่า
งาม และกล้าหาญ และรูปแบบของยันต์มีหลากหลายรูปแบบคือ
ยันต์กลม ยันต์สามเหลี่ยม ยันต์สี่เหลี่ยม และยันต์รูปภาพ

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของ
ผู้บริโภคได้ โดยมีส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์คือกลุ่มสินค้าต้อง
มีลักษณะที่คล้ายกัน มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน จากการจัดกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์หรือสายผลิตภัณฑ์ คือการแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์
นั้น ๆ และการจำแนกรายการผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดต่อย
อดมาจากสายผลิตภัณฑ์ โดยจะแตกต่างในด้าน ขนาด ราคา สี
เป็นต้น และผลิตภัณฑ์แฟชั่นหมายถึงสิ่งที่เป็กระแสนิยมที่ผู้คน
ทั่วไปยอมรับ โดยมักจะมีความเชื่อมโยงกับวิถีการดำเนินชีวิต
ของผู้คน หรือครอบคลุมอยู่ในปัจจัยสี่ที่ผู้บริโภคต้องการ สินค้า
ด้านแฟชั่นจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคไม่ทางตรงก็ทางอ้อม
อย่างเลี่ยงไม่ได้ และสินค้าแฟชั่น ไม่เพียงแต่จะมีแค่เสื้อผ้า

เดียวเท่านั้นยังต้องมีสิ่งที่เรียกว่าเครื่องประกอบการแต่งกาย เพื่อ
เสริมบุคลิกและความมั่นใจของผู้สวมใส่อีกด้วยดังนั้นการจะสร้าง
สินค้าแฟชั่นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของสินค้าในภาพรวมให้
มีสินค้าที่สามารถส่งเสริมบุคลิกและใช้งานรวมกันได้อย่างลงตัว

3. ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบคอลเลกชัน (Collection Product Development)

การวิวัฒนาการของสินค้านั้นแบ่งออกเป็น 3 แบบได้แก่

1) การออกแบบ (Design) คือการเน้นไปที่เรื่องของการออกแบบ
เป็นหลัก เช่น ขนาด รูปร่าง สี วัสดุ เป็นต้น 2) หน้าที่การใช้งาน
(Function) คือการคำนึงถึงหน้าที่การใช้งาน และประโยชน์
ใช้สอยเป็นหลัก การเพิ่มการใช้งานให้แก่ผู้บริโภคที่สามารถเลือก
ใช้งานได้มากกว่า 1 รูปแบบ 3) นวัตกรรม (Innovation) คือการ
พัฒนาสินค้าโดยมีเรื่องของนวัตกรรมเข้ามาเป็นตัวหลักในการ
ปรับเปลี่ยน ยกตัวอย่างเช่น จากผ้าธรรมดา ก็อาจจะปรับให้เกิด
ความแตกต่างขึ้น อาจใส่เทคโนโลยีเข้าไปเพื่อให้เกิดความพิเศษ
ตามความต้องการตามประโยชน์ใช้สอยนั้น ๆ

แต่ไม่ได้มีการเฉพาะเจาะจงว่าจะต้องพัฒนาไปในแบบ
ใดแบบหนึ่งเท่านั้น แต่ยังสามารถรวมกันได้อย่างไม่จำกัดหลัก
การ เพราะตัวแปรจริง ๆ แล้วขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค
มากกว่า ว่าต้องการแบบไหน แล้วเราสามารถตอบสนองกลุ่มคน
เหล่านั้นได้อย่างไร โดยการจะออกแบบคอลเลกชัน (Collection)
นั้นก็ยึดตามหลักของความต้องการในตลาด ณ ช่วงเวลานั้น ๆ
และ ตามความต้องการ ตามเป้าหมาย ตามวิสัยทัศน์ และตาม
แนวความคิดของผู้ผลิต

4. ทฤษฎีการออกแบบ (Element of Design)

การออกแบบต้องอาศัยหลักการการสร้างสรรค์ประกอบ
ทางศิลปะคือการใช้ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ต่าง ๆ นำมาจัด
วางองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความสวยงาม โดยผู้ออกแบบต้อง
คำนึงถึงภาพรวมของงาน การสร้างจุดเด่นหลัก จุดเด่นรองให้
แก่ชิ้นงาน การแบ่งจังหวะของการตกแต่งลวดลาย ความเล็ก
ใหญ่ที่แตกต่างกันของภาพ ทำให้ไม่เกิดความซ้ำซาก จำเจ และ
การกำหนดลายเส้นให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกแก่ตัวงาน เช่น
เส้นตั้งให้ความรู้สึกที่มั่นคง ในขณะที่เส้นโค้งให้ความรู้สึกที่อ่อน
โยน หรือจังหวะการเคลื่อนไหว เส้นเฉียงหรือเส้นทแยงให้ความ
รู้สึกถึงความ ว่องไว ความกระตือรือร้น การตัดทอนเป็นการ
เลือกนำเอาเฉพาะองค์ประกอบที่สำคัญหรือจำเป็นที่สุดมาใช้ใน

งานออกแบบ จะยังคงความสวยงาม หรูหรา ไว้อย่างครบถ้วน ซึ่งสามารถเพิ่มเติมต่อยอดสิ่งที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าของงาน และเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่งานออกแบบอีกด้วย การใช้สีที่ตัดกันจะต้องพิจารณาปริมาณของสีที่เกิดจากการตัดกันจะต้องไม่เกิน 10 - 20 % ของพื้นที่ทั้งหมดในภาพ การใช้สีตัดกันจะต้องมีสีใดสีหนึ่ง 80% และอีกสีหนึ่ง 20%

5. ทฤษฎีด้านธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้านธุรกิจโดยการอาศัยทฤษฎีหรือการวิเคราะห์ผ่านการทำแบบจำลองธุรกิจ หรือ Business Model Canvas คือการวางแผนการด้านธุรกิจเพื่อให้เห็นภาพรวมของธุรกิจ และเป็นหลักการที่ครอบคลุมในทุกส่วนที่สำคัญของการประกอบธุรกิจ โดยการกำหนดหรือวางแผนว่า คุณค่าหรือจุดแข็งในสินค้าหรือธุรกิจของเราคืออะไร ใครคือกลุ่มลูกค้าของเรา เราจะทำอย่างไรให้กลุ่มลูกค้าชอบสินค้าหรือบริการจากเรา การวางแผนการทางการเงินแก่ธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจของเราดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับลายสักยันต์ไทย นำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวความคิดที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบลาย และทำแบบร่าง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบแฟชั่น และการออกแบบกราฟิก ทั้งหมดรวม 5 ท่าน พิจารณาและเลือกแบบที่เหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาต่อ ด้านการศึกษากลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวม

ข้อมูลคือ การทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 ชุด โดยเป็นการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษา

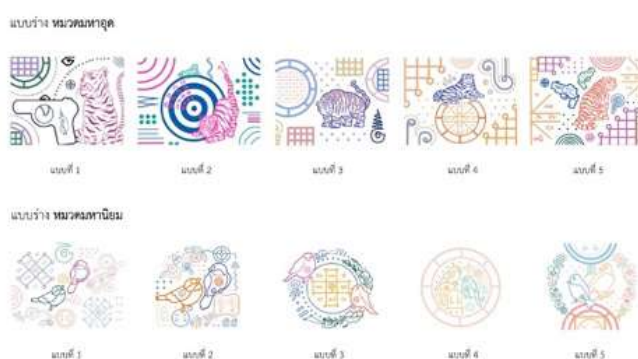
ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาและเก็บข้อมูลออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลายสักยันต์ไทย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลวดลายสักยันต์ที่มีอยู่ในประเทศไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์หาลวดลายที่เหมาะสมแก่นำมาใช้ประกอบแนวความคิดการออกแบบ (Concept Design) และการพัฒนาแบบร่าง โดยผลการศึกษาพบว่าลายสักยันต์สามารถแบ่งออกตามความเชื่อทางไสยศาสตร์ได้ 2 แบบ คือ ความเชื่อด้านมหานิมิต ความหมายคือ คงกระพันชาตรี แคล้วคลาดปลอดภัย ที่สะท้อนออกด้วยรูปแบบของเสือ และความเชื่อด้านมหรานิมิต ความหมายคือ เสริมเสน่ห์ ให้เห็นใครรัก เงินทองไหลมาเทมา ที่สะท้อนออกด้วยรูปแบบของ นกคู่ (สาลิกา)

ขั้นตอนที่ 2 นำผลที่ได้รับจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาแบบร่างจำนวน 10 แบบ แบ่งออกเป็นหมวดมหานิมิต 5 แบบ และมหรานิมิต 5 แบบ โดย หยิบนำเอาจุดเด่นของการสักยันต์มาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบลายเป็นหลัก เช่น การใช้เส้น (Outline) การใช้จุด การตัดทอนลวดลาย การกำหนดภาพรวมงานแบบ 2 มิติ การใช้สีคู่ตรงข้าม โดยอ้างอิงจากทฤษฎีการออกแบบ (Element of Design) เพื่อให้งานออกแบบดูร่วมสมัย และเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1

แสดงภาพแบบร่าง 10 แบบ



ขั้นตอนที่ 3 เป็นการนำแบบร่างทั้ง 10 แบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพิจารณา พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงแบบผ่านการทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่เหมาะสมในการนำไปพัฒนาต้นแบบหมวดละ 1 แบบพร้อมให้คำแนะนำเพิ่มเติม โดยผลการพิจารณาแบบร่างจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า แบบที่ 4 ในหมวดมหาอุด และแบบที่ 2 ในหมวดมหานิยม เหมาะสมในการนำไปพัฒนาต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้เหตุผลว่าเป็นแบบที่มีการ

จัดวางองค์ประกอบที่มีความสมดุลที่สุด มีการใช้ชุดสีที่ลงตัว และการสื่อความหมายถึงความเป็นมหาอุดและมหานิยมได้ดี

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเป็นแบบร่างสมบูรณ์หมวดละ 1 แบบ โดยคำนึงถึงประเด็นสำคัญและข้อแนะนำที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการปรับปรุงลายเส้น รูปร่าง การจัดวางองค์ประกอบใหม่ การปรับชุดสี การออกแบบให้มีการสื่อถึงความเป็นมหาอุด มหานิยม และให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยิ่งขึ้น ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2

แสดงแบบร่างสมบูรณ์หมวดมหาอุดและมหานิยม



แบบร่างสมบูรณ์ หมวดมหาอุด



แบบร่างสมบูรณ์ หมวดมหานิยม

ขั้นตอนที่ 4 การทำแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายแพชั่น และนำผลที่ได้มาทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยผลที่ได้จากการทำแบบสอบถามพฤติกรรมซื้อขายสินค้าของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 มีรายได้เฉลี่ยที่ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66 สินค้าที่เลือกซื้อเป็นประจำคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 98

มูลค่าในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39 ความถี่ในการซื้อที่เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็น

ร้อยละ 59 เกณฑ์การตัดสินใจในการซื้อสินค้าจากรูปแบบดีไซน์ (Design) ราคา และสามารถใช้งานได้หลายโอกาส คิดเป็นร้อยละ 75, 70, 49 ตามลำดับ นิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยจาก Instagram สูงสุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 69

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายมาพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ลายสักยันต์ไทย 2 คอลเลคชั่น แต่ละชุดประกอบด้วย เสื้อยืด กระเป๋าสะพายหมวก กระเป๋าใส่ธนบัตร และพวงกุญแจ โดยแบ่งเป็นคอลเลคชั่นมหาอุด และคอลเลคชั่นมหานิยม รายละเอียดดังภาพที่ 3 และ 4

ภาพที่ 3

แสดงภาพผลิตภัณฑ์คอลเลคชั่นมหาอุด



ภาพที่ 4

แสดงภาพผลิตภัณฑ์คอลเลคชั่นมหานิยม



อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายสักยันต์ไทยสำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่น วาย มีความสอดคล้องกับข้อมูลในแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ โดยการแบ่งออกเป็นหัวข้อที่สำคัญ ดังนี้

ด้านการออกแบบลายสักยันต์

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบลายออกเป็น 2 หมวดคือ มหานิยมและมหาอุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาตลาดลายสักยันต์ไทยพบว่าลายสักยันต์ไทยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามหลักความเชื่อที่ว่าลวดลายเหล่านั้นจะมีการแฝงสัญลักษณ์บางอย่างเอาไว้เพื่อป้องกันภัยอันตรายให้ผลลัพธ์ทางไสยศาสตร์ในด้านใด โดยลายที่ได้รับการนิยมนั้นอย่างแพร่หลายในบรรดาผู้ที่นิยมการสัก แบ่ง

ออกเป็น 2 ชนิด คือ มหานิยม มีการแฝงสัญลักษณ์ในลายสักยันต์เพื่อป้องกันภัยอันตรายทางความเชื่อในผลทางด้านเมตตามหานิยม ด้วยลายสักยันต์สาธิตา ที่มีลักษณะเด่นเป็นลายนกคู่ และหมวดมหาอุดที่มีการแฝงสัญลักษณ์เพื่อผลทางมหาอุด คงกระพันชาตรี ด้วยลายสักยันต์เสือ ที่มีลักษณะเด่นอยู่ที่ตัวเสือและท่าทางของเสือที่ดูน่าเกรงขาม จึงนำมาเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหลักในการออกแบบลายสักยันต์ โดยทำการออกแบบโดยใช้ทฤษฎีการออกแบบจากการเน้นจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น และจุดสำคัญรอง (Subordinate) คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเองแต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และการออกแบบงานในรูปแบบงาน 2 มิติ และการใช้จุด และเส้น เพื่อให้สอดคล้องกับ

เค้าโครงรูปแบบลายลักษณ์ต้นดั้งเดิมให้มากที่สุด และการใช้ทฤษฎีสามสี่เหลี่ยมกันเป็นตัววาง หรือการจับคู่สี่ตรงข้ามเพื่อพัฒนาลายให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นให้เข้ากับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนเจนเนอเรชั่นวายโดยวางรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าแฟชั่นได้แก่ เสื้อ กระเป๋า หมวก และของตกแต่งซึ่งสอดคล้องกับ (เบญจรงค์ อินทรวีรัตน์ , 2557) ระบุว่า ผลการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม เจเนอเรชั่น วาย ชื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า กลุ่มเป้าหมาย เจเนอเรชั่น วาย มักนิยมซื้อสินค้า

ประเภทแฟชั่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.75 จากการทำแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และการออกแบบคอลเลกชันที่ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีหน้าที่การใช้งานที่หลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด สอดคล้องกับการใช้ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบคอลเลกชัน (Collection Product Development) โดยการแบ่งออกตามลักษณะความต้องการ ตามเป้าหมายตามแนวความคิด การเพิ่มเติมหน้าที่การใช้งาน (Function) ของสินค้าให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งานได้มากกว่า 1 รูปแบบ และการเลือกใช้หลักการการวิวัฒนาการของสินค้าโดยให้ความสำคัญที่ การออกแบบ (Design) คือ การพัฒนาสินค้าโดยเน้นไปที่เรื่องของารออกแบบ (Design) เป็นหลัก คือ ขนาด รูปร่าง หน้าตา วัสดุตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือตลาด เทรนด์ (Trend) และ ช่วงเวลา และหน้าที่การใช้งาน (Function) คือ การพัฒนาสินค้าโดยคำนึงไปที่ประโยชน์ใช้สอยและการใช้งานเป็นหลัก จะเป็นการเพิ่ม ลดทอน หรืออาจจะเปลี่ยนรูปแบบไปโดยสิ้นเชิง จะเน้นไปที่เรื่องของความสะดวกสบายต่าง ๆ เป็นหลัก โดยยึดตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเทรนด์ (Trend) และ ความต้องการของตลาด การวิวัฒนาการของสินค้านั้น ไม่ได้มีการเฉพาะเจาะจงว่า จะต้องพัฒนาไปในแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น แต่ยังสามารถรวมกันได้อย่างไม่จำกัดหลักการ เพราะตัวแปรจริง ๆ ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคมากกว่า ว่าต้องการแบบไหน แล้วเราสามารถตอบสนองกลุ่มคนเหล่านั้นได้อย่างไร โดยการจะออกแบบคอลเลกชัน (Collection) นั้นก็จะยึดตามหลักของความต้องการในตลาด ณ ช่วง

เวลา ๆ นั้น ๆ และ ตามความต้องการ ตามเป้าหมาย ตามวิถีทัศน์ และตามแนวความคิดของผู้ผลิต

ด้านธุรกิจ

โดยการกำหนดส่วนประกอบสำคัญที่จะนำมาใช้พัฒนาธุรกิจมีจุดแข็งคือสินค้าแฟชั่นลายลักษณ์ต้นที่ผนวกเรื่องราวความเชื่อให้มีความสอดคล้องเข้ากับหน้าที่การใช้งาน (function) เข้ากับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี หรือคนที่นิยมซื้อสินค้าแฟชั่น โดยวางแผนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และและการโฆษณาหรือโปรโมทสินค้าผ่านการสร้าง content ในช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น พยายามออกแบบพัฒนาสินค้าให้เข้ากับกระแสนิยมหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา จากการอ้างอิงทฤษฎีด้านธุรกิจ Business Model Canvas และการวางแผนธุรกิจที่ในรูปแบบของธุรกิจทางความเชื่อซึ่งสอดคล้องกับ (คมกฤษ อยู่เต็กเค่ง , 2562) ระบุว่า เมื่อทุกสิ่งมาอยู่ในห้วงเวลาที่พอเหมาะพอดีกัน คือมีทั้งความเชื่อดั้งเดิมและโลกแห่งทุนนิยม จึงเกิดสิ่งที่เรียกว่าธุรกิจทางความเชื่อ หากมองในแง่ธุรกิจ มันก็คือธุรกิจประเภทหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้เป็นเรื่องผิดอะไรเพียงแค่ความอ่อนไหวของธุรกิจประเภทนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นเรื่องที่วัดกันด้วยตัวชี้วัดใด ๆ ไม่ได้

โดยผู้วิจัยสามารถสรุปการอภิปรายผลการวิจัยนี้โดยพบว่าสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อแรกได้ คือ การศึกษาและนำลายลักษณ์ต้นไทยมาออกแบบให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน จากการนำข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาลายลักษณ์ต้นไทยดั้งเดิม มาเป็นตัวกำหนดกรอบแนวความคิดด้านการออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง โดยแบ่งตามความเชื่อด้านไสยศาสตร์ คือ มหาอุด และมหานิยม การนำแบบร่างให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา และพัฒนาเป็นแบบร่างสมบูรณ์หมวดละ 1 แบบ จากนั้นนำลายไปพัฒนาลงบนผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย และพบว่าสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้ คือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากลายลักษณ์ต้นไทย การจัดวางลายสมบูรณ์ลงบนผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้นมาจากการสรุปผลการทำแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคว่าผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายต้องการผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทใด รูปแบบใดบ้างผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2 คอลเลกชัน คือมหาอุด และมหานิยม โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการต่อวิถีชีวิต

ของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค ทั้งในด้านการใช้งาน และความเชื่อให้อยู่ควบคู่กันได้อย่างลงตัว ซึ่งสามารถเชื่อมโยงในการต่อยอดด้านธุรกิจได้ กล่าวคือแม้ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไปแค่ไหน จะมีเทคโนโลยีก้าวไกลเท่าใดก็ตาม ผู้คนส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องของความเชื่อด้านไสยศาสตร์เหล่านี้อยู่ไม่มากนักน้อย เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจอย่างหนึ่ง ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แฝงไว้ด้วยเรื่องราวของความเชื่อเหล่านั้น มักจะเป็นทางเลือกที่ดีต่อตัวผู้บริโภค ที่ต้องการจะมีสินค้าที่เปรียบเสมือนเครื่องรางของขลังที่สามารถใช้งานได้จริง และพกพาได้สะดวก ทั้งยังมีความงามในด้านของแฟชั่นที่เข้ากับยุคสมัยอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและออกแบบงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

ด้านการออกแบบ การวางองค์ประกอบภาพรวมของลายแต่ละหมวด อาจยังดูไม่มีการตัดทอนลายมากพอ เนื่องจากแนวความคิดหลักที่อยากถ่ายทอดรูปแบบลายออกมาให้มีความสอดคล้องกับเค้าโครงของลายสักยันต์ดั้งเดิมให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงคิดว่าหากมีการนำลายไปพัฒนาต่อยอดโดยการอ้างอิงจากชุดแนวความคิดเดิมที่ได้วางไว้ในหมวดมหาอุดและมหานิยม ผ่าน

การออกแบบ นก และเสือออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ให้ออกมาเป็นรูปแบบลายที่มีการตัดทอนที่มากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น หรือการนำลายนกและเสือมาออกแบบร่วมกันในคอลเลกชันพิเศษที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย(ในแง่ของความเชื่อ)ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแฟชั่น อาจสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีในอนาคต

ด้านธุรกิจ อาจมีการพัฒนาลายหรือผลิตภัณฑ์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น และสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมหรือการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ให้สามารถเข้าถึงได้ในกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย (Mass Market) มากยิ่งขึ้น อาจมีการทำการตลาดโดยที่ไม่มีการยึดเหนี่ยวเรื่องราวของความเชื่อมากเกินไป เน้นการทำการตลาดแบบให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจถึงเรื่องราวที่มาของความเชื่อเหล่านั้นผ่านการเล่าเรื่องราวจากหน้าที่การใช้งานของผลิตภัณฑ์แทน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายไม่รู้สึกว่าเป็นความเชื่อที่ดูเข้าข้างยาก หรือมองายเกินไป แต่เน้นการทำการตลาดให้สอดคล้องตรงเรื่องราวความเชื่อผ่านงานออกแบบได้

บรรณานุกรม

- คมกฤษ อุยเต็กเค่ง. (2562, 14 สิงหาคม). *คุยกับนักปรัชญา. ความธรรมดาที่ไม่ธรรมดาของการตลาดและสินค้าความเชื่อ*. <https://voicetv.co.th/read/gGayEm1RM>
- ธีรโชติ เกิดแก้ว. (2555). การศึกษาเชิงวิเคราะห์สัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในยันต์ไทย. *วารสารพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2(19), 13-25.
- เบญจรงค์ อินทรวีรัตน์. (2557). *การศึกษพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ชื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- เปรมปรีดี ไทยเที่ยง. (2553, 3 สิงหาคม). *ความเชื่อของคนไทยในสมัยโบราณ*. <https://www.stou.ac.th/study/projects/training/culture/content/2558/3/ความเชื่อของคนไทยในสมัย โบราณ.pdf>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *ศูนย์พยากรณ์ศก. ม.หอการค้าฯ จัด 10 อันดับ ธุรกิจดาวรุ่ง ดาวร่วง ปี 2563*. <https://mgronline.com/smes/detail/9620000120626>
- พิมลพรรณ ชนเศรษฐ. (2558). *โครงการธุรกิจออกแบบผลิตภัณฑ์และจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่น*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วรรณนิภา ชวนชม. (2553). ความเชื่อเรื่องการลี้ภัยอันตรายให้แก่วรรณนิภา “กรณีศึกษาสำนักลี้ภัยอันตรายให้แก่วรรณนิภา”. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Brandbuffet. (2557). *Superstitious Marketing* เพิ่มเสน่ห์ให้ธุรกิจ ด้วยแนวคิดการตลาดโซคลาง. <https://www.brandbuffet.in.th/2014/03/superstitious-marketing-cmmu-seminar/>
- Posttoday. (2553). ดาราตั้งแห้วลี้ภัยเพิ่มเสน่ห์. <https://www.posttoday.com/ent/news/48053>
- Sothornprapakorn, P. (2561). ออกแบบ Collection ใหม่ Develop Design ไปทางไหนดี? <http://www.neverlandeffects.com/how-to/ออกแบบ-collection-ใหม่-develop-design-ไปทางไหนดี/>
- Springnews. (2561). 10 ธุรกิจดาวรุ่ง-ดาวร่วง ปีหน้า หมอดู-เครื่องราง มาแรง. <https://www.springnews.co.th/news/158825>
- Thansettakij. (2560). ประชากรไทย GenY ใหญ่สุด พฤติกรรมสร้างโอกาส-ความเสี่ยง. <https://www.thansettakij.com/com/content/234315>

การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี
สู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

The study of process to promote SMEs business in Chanthaburi
toward an innovation organization for human resource development

รมิดา กาญจนะวงศ์¹ นงนุช วงษ์สุวรรณ² และ วิภาวรรณ กลิ่นหอม³

Ramida Karnchanawong, Nongnuch Wongsuwan and Vipawan Khinhom

Article History

Received: October 08, 2021

Revised: December 25, 2021

Accepted: February 03, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี สู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี สู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ เอกสารงานวิจัยของหน่วยงาน ข้อมูลจากเว็บไซต์และเอกสารจากการเข้าร่วมงานสัมมนาของหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบโดยตรง และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างของหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้อำนวยการฝ่ายบุคคล หัวหน้าฝ่ายบุคคล และการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสายงานแผนกงานบริหารบุคคลและเจ้าของกิจการจำนวน 12 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการส่งเสริมองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางเข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การสื่อสารกับผู้บริหาร ทบทวนและประเมินองค์กร ออกแบบแนวทางเก็บรวบรวมข้อมูล เสนอพิจารณาร่างนวัตกรรมและประเมินพัฒนาต่อ ปัญหาและอุปสรรคที่พบมากที่สุด ได้แก่ การให้ความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญและประโยชน์ของการเข้า

¹ อาจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Ph.D, Faculty of Management Sciences Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: muayclick@gmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Assoc. Prof., Ph.D, Faculty of Management Sciences Rambhai Barni Rajabhat University

³ อาจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Lecturer, Ph.D, School of management Walailak University

ผู้องค์กรแห่งนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การสื่อสารกับผู้บริหารและผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย ข้อเสนอแนะจากการวิจัย องค์กรควรมีระบบพี่เลี้ยง (Mentor) มาจากผู้ทรงคุณวุฒิและกรรมการหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์เข้ามาให้คำแนะนำ ชี้แนะ พร้อมเป็นที่ปรึกษาให้กับองค์กร และการพิจารณารางวัลควรพิจารณาแยกกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กออกจากกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจ SMEs

Abstract

The objectives of this qualitative research were to: 1) study the criteria for the organization of innovation, management, and human resource development of the Personnel Management Association Province of Thailand, 2) study the situation of personnel management of SMEs in Chanthaburi Province, and 3) study guidelines and how to drive SMEs in Chanthaburi Province entering into an innovative organization for human resource management and development. This qualitative data was collected from research documents such as research papers of the organization, information from the websites, and documents from attending the seminar of the main organizational unit which was responsible for personnel management and in-depth interviews from a representative sample of private agencies, including entrepreneurs, human resource directors (HR Directors), HR heads by using content analysis and checking data triangulation.

The results showed that the approach to becoming an innovative organization in human resource management and development can divided into 5 steps: communication with executives, organization assessment, design of data collection guidelines, innovation award proposal, and development assessment. The most common problems and obstacles are knowledge, understanding, importance, and benefits of entering an innovative organization, human resource management, and development, communication with executives and multi-stakeholders. Recommendations from the result study, the organization should have a mentor system of qualified and experienced external committees to give advice, advice and be a consultant to the organization. And when considering the award, the small and medium-sized businesses should consider separate from the large corporations.

Keywords: Human Resource Management, Innovation in Human Resource Management and Development, SMEs business

บทนำ

จังหวัดจันทบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดภาคตะวันออกที่อยู่ในเขตพื้นที่การพัฒนาได้รับผลจากการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ในช่วงปี 2560 – 2564 ที่ได้รับทุนอุดหนุนส่งเสริมสนับสนุนให้คนพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อการสร้างนวัตกรรมในการนำไปสู่การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายและต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ (คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี, 2561) ข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี ที่สำนักงานคลังจังหวัดได้รวบรวมและวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า เศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี ขยายตัวร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับปี 2559 ที่ฟื้นตัวจากที่หดตัวในปีก่อน เป็นผลมาจากการผลิต ในภาคเกษตรกรรมพันธุ์กัญชงแล้ว ซึ่งทำให้ปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรโดยรวมขยายตัว ประกอบกับราคายังคงอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากเป็นที่ต้องการของตลาดจีนมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการขยายตัวตามการขยายตัวภาคเกษตรดังกล่าว สำหรับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี (กลุ่มงานกำกับและบริหารการคลัง 3, 2561)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนากำลังคน รวมทั้งงานวิจัยและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของการพัฒนาประเทศ ดังนั้นบทบาทสำคัญของนักบริหารงานบุคคลคือการช่วยองค์กรเตรียมตัวก่อนสภาพแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงและกลายเป็นภัยคุกคาม ประกอบกับทางสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติและคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้ตระหนักถึง ความสำคัญของเส้นทางการนำองค์กรไปสู่ความยั่งยืนและ การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) เป็นหน้าที่สำคัญของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยผ่าน กลไกและเครื่องมือ อันหลากหลายและที่สำคัญก็คือ การสร้างนวัตกรรมในงานด้าน การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HRM & HRD) เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร บุคลากรในองค์กรที่จะได้รับการจากงานการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีขึ้น ส่งให้เป็นการยกระดับงาน HR ให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และมีการสนับสนุนส่งเสริม ให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมด้านงาน HR

อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จึงจัดให้มี โครงการรางวัลนวัตกรรม การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HR Innovation Award) (สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย, 2559) แต่นับตั้งแต่การให้รางวัลดังกล่าวที่ผ่านมา ยังไม่เคยมีธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี ได้รับการเสนอชื่อเข้ารับรางวัลดังกล่าว

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการส่งเสริมนวัตกรรมด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อกระตุ้นให้หน่วยงานธุรกิจภาคการผลิตและการบริการ SMEs จังหวัดจันทบุรี มีความตื่นตัวในการคิดค้นหรือต่อยอดนวัตกรรมในกระบวนการบริหารงานบุคคลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจในพื้นที่จังหวัดมีมาตรฐานและได้รับการยอมรับสามารถรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) รวมถึงเป็นแนวทางให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กรได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือสถานประกอบการภาคการผลิตและภาคการบริการในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีหลักเกณฑ์คือ กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลจำแนกบุคคลสำคัญ (Key-persons) โดยอาศัยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) ต่างคน ต่างสถานที่ และต่างเวลา โดยการเลือกแบบสโนว์บอลล์ (Snowball sampling) โดยให้กลุ่มเป็นผู้เสนอบุคคลที่มีลักษณะความรู้ ประสบการณ์ใกล้เคียงกัน จากกลุ่มสมาชิกเครือข่ายสมาคมการบริหารงานบุคคลจังหวัดจันทบุรี และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการส่งเสริมองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมจำนวน 15 คน ประกอบด้วย เจ้าของสถานประกอบการ ผู้อำนวยการฝ่ายงานบุคคล หัวหน้าฝ่ายบุคคล และพนักงานในฝ่ายงานบุคคล ที่เกี่ยวกับระบบงานของนักบริหารงานบุคคลธุรกิจ SMEs ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 12 คน และตัวแทนจากหน่วยงานละ 1 ท่าน ได้แก่ ผู้บริหารสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย นักวิชาการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และผู้บริหารหรือองค์กรที่ได้รับรางวัลจากสมาคมการจัดการงานบุคคล จำนวน 3 คน

การทบทวนวรรณกรรม

องค์กรนวัตกรรม (Innovation Organization: IO) เป็นแนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่หรือการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่สิ่งใหม่ (Organizational Renewal) (Szabo & Cson-tos, 2016 อ้างถึงใน มรกด จันทรกระพ้อ, 2562) เพื่อปรับเปลี่ยนคุณลักษณะหรือพฤติกรรมขององค์กรโดยการสร้างนวัตกรรมอย่างมีระบบที่มุ่งเน้นศักยภาพหรือความแตกต่างให้สามารถนำไปต่อยอดหรือสร้างธุรกิจแนวใหม่ได้ (Drucker, 2015) สอดคล้องกับแนวคิดของพยัต ฐมรงค์ (2557) นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในหน่วยงาน องค์กร ประเทศหรือในโลกและต้องสามารถนำมาใช้ได้จริง เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม หรือจิตใจ การนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ หรือสิ่งเดิมที่นวัตกรรมมีความสำคัญต่อองค์กรในการสร้างความยืดหยุ่นและความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการแก้ปัญหาขององค์กร ทั้งนี้การแก้ปัญหาและนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่เกิดควบคู่กันและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม

พนักงานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการมุ่งเน้นด้านนวัตกรรม (Atuahene-Gima and Ko ,2001) ให้ความเห็นว่า วิธีปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Practices) ที่สนับสนุนพฤติกรรมที่สร้างสรรค์นวัตกรรมและยอมรับความเสี่ยง ทำให้พนักงานปรับตัวได้ทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี องค์ประกอบที่สำคัญมากที่สุดของการมุ่งเน้นด้านนวัตกรรมคือ คุณค่าที่สร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง ความรู้สึกภูมิใจในการสมาชิกขององค์กร ความกระตือรือร้นกับสิ่งที่พนักงานสามารถสร้างขึ้นได้ และการสร้างกลยุทธ์เชิงรุกที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Amable, 1997)

ทั้งนี้การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์กรนวัตกรรม ทำให้พบว่ากระบวนการที่เกิดจากความต้องการแก้ปัญหาและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดควบคู่กัน ความสำเร็จต่าง ๆ ขององค์กรตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) จนถึงองค์กรระดับโลก ต้องผ่านประสบการณ์การแข่งขันในการคิดค้นหาวิธีการที่จะเพิ่มขีดความสามารถ (Tongwan, 2010) ซึ่งการสร้างบทบาทความรับผิดชอบให้กับผู้บริหาร การวางแผนกระบวนการจัดการ การสื่อสาร และจูงใจพนักงาน ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรม บรรยากาศการทำงาน จะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลง จึงจำเป็นต้องจัดลำดับขั้นตอน

นำไปใช้อย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถเข้าใจและเข้าถึงการสร้างองค์กรนวัตกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้ 1) การศึกษาเอกสาร (Document Study) เป็นการวิจัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่เก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้วโดยบุคคล หรือหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในการวิจัยครั้งนี้ 2) การวิจัยภาคสนาม เป็นการวิจัยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Participants) ซึ่งได้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มสมาชิกเครือข่ายสมาคมการบริหารงานบุคคลจังหวัดจันทบุรี และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการส่งเสริมองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย ผู้บริหารสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย นักวิชาการด้านบริหารทรัพยากรบุคคล และผู้บริหารบริษัทหรือองค์กรที่ได้รับรางวัลจากสมาคมการจัดการงานบุคคล (PMAT) รวมจำนวน 15 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในภาพรวมของการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบ และผู้เกี่ยวข้องในการบริหารงานบุคคล จำนวน 12 คน หรือที่เรียกว่าการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีเป็นฐาน “Theory Based Sample” หรือ “Theoretical Sample” (Creswell, 1998) เพื่อให้ได้รายละเอียดในทฤษฎี โดยการสุ่มตัวอย่างจึงเป็นลักษณะที่จะต้องมีความสัมพันธ์เฉพาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกฎเกณฑ์ (Criterion) ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล โดยเลือกจากตัวอย่างกลุ่มแรกและตัวอย่างกลุ่มนี้เสนอผู้ให้ข้อมูลอื่นที่มีคุณสมบัติลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งมีลักษณะการสุ่มแบบ สโนว์บอล (Snowball Sampling) นอกจากนี้ ยังเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้รับความร่วมมือของสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย และคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ในการสำรวจเอกสารและงาน

วิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเว็บไซต์ของหน่วยงาน (Documentary Research) และมีการตรวจสอบข้อมูลโดยวิธี “Triangulation analysis” และดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามแนวทางของ Delamont (1992) ซึ่งได้เสนอแนะแนวทางการปฏิบัติไว้ดังนี้ 1. ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและจัดทำตรรกะข้อมูลที่ได้ โดยจัดระบบแยกประเภทหมวดหมู่ข้อมูล 2. ผู้วิจัยสร้าง “แก่นเรื่อง” (Theme) และ “หัวข้อเรื่อง” (Categories) จากข้อมูลไปเรื่อย ๆ พร้อมกับการตรวจสอบหัวข้อเรื่องย่อยและนำมาสังเคราะห์รวมกัน เพื่อความง่ายกว่าการไปเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เพิ่มเติม 3. ทำ “ดัชนี” (Index) และ “รหัส” (Code) ข้อมูลให้ละเอียดครอบคลุมให้มากที่สุดที่จะทำได้ ตามประสบการณ์และจินตนาการที่ได้ลงสัมผัสสนามมา 4. จัดแยกข้อมูลที่ประมวลมาได้เป็นหมวดหมู่ และจัดทำแฟ้มข้อมูล ทำสำเนาเก็บแยกไว้ในแต่ละชุด 5. การวิเคราะห์ข้อมูลทุกครั้งที่ตัดสินใจวิเคราะห์ “อย่างไร” ซึ่งสะท้อนความคิดว่าจะไปในทิศทางไหนได้จดบันทึกว่าแยกหมวดข้อมูลไว้ใน “วิธีการ”

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของนักวิจัยท่านอื่นๆ เพื่อให้เห็นตัวอย่างหรือแนวคิดในการเปรียบเทียบความแตกต่าง

ความคล้ายคลึงและอ่านวรรณกรรมทางวิธีวิทยาว่าจะนำมาใช้ในงานอย่างไร

ผลการวิจัย

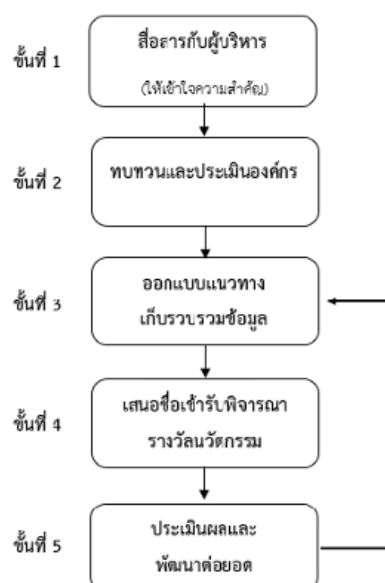
คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้น ด้วยการจำแนกหมวดหมู่ (Category) จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ควบคู่กับบริบทตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถสรุปผลข้อมูลดังนี้

การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จากศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าของสถานประกอบการ ผู้อำนวยการฝ่ายงานบุคคล หัวหน้าฝ่ายบุคคล พนักงานในฝ่ายงานบุคคลผู้บริหาร จำนวน 12 คน และตัวแทนหน่วยงานละ 1 คน จำนวน 3 คน จากสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย นักวิชาการด้านบริหารทรัพยากรบุคคล และผู้บริหารบริษัทหรือองค์กรที่ได้รับรางวัลจากสมาคมการจัดการงานบุคคล (PMAT) กับแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี เข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนดังภาพที่ 4 ดังนี้

ภาพที่ 1

แนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรี เข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์



ขั้นตอนที่ 1 สื่อสารกับผู้บริหาร คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญและประโยชน์ของการเข้าสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารให้กับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับประเภทระดับของรางวัล เกณฑ์การตัดสินรางวัล ซึ่งในขั้นตอนนี้ควรมีกระบวนการของพี่เลี้ยง (Mentor) เข้ามาให้คำแนะนำ ชี้แนะ พร้อมเป็นที่ปรึกษาให้กับองค์กรที่มีความประสงค์ได้เตรียมวางแผน ความพร้อม รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดทัศนคติที่ดีกับพนักงานในการสร้างแรงบันดาลใจ และมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอตนเองเข้ารับการพิจารณา

ขั้นตอนที่ 2 ทบทวนและประเมินองค์กร (Self – Assessment) เป็นขั้นตอนการประเมินทักษะ ความรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อทบทวนว่าเรามีความพร้อมหรือไม่และอยู่ในระดับการพิจารณาใดของรางวัล ในการเลือก ระดับขั้นที่เหมาะสมกับตนเอง ในการเตรียมตัวในการส่งเอกสารการสมัครและเอกสารประกอบการพิจารณาตามระดับขั้น

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบแนวทางเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กร โดยฝ่ายบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ร่วมกับหัวหน้าแต่ละฝ่ายวางแผนการทำงาน และจัดเก็บข้อมูลขององค์กรร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 4 เสนอชื่อเข้ารับการพิจารณารางวัลนวัตกรรม คือ ขั้นตอนการเสนอชื่อเพื่อเข้าสู่กระบวนการพิจารณารางวัลนวัตกรรมงานด้านทรัพยากรมนุษย์กับสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลและพัฒนาต่อยอด คือ ขั้นตอนการประเมินผลแนวคิด วิธีการที่ได้รับการพิจารณาหรือไม่ได้รับการพิจารณา เพื่อวางแผนการทำงานต่อไปจากข้อค้นพบดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงแนวทาง ขั้นตอนการประยุกต์วิธีการผลักดันให้ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดจันทบุรี เข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยใช้ตัวแบบแผนภาพทั้ง 5 ขั้นตอน ในการมีส่วนร่วมส่งเสริมให้องค์กรผลักดันตนเองเข้าเสนอชื่อเพื่อรับการพิจารณา ซึ่งจะ เป็นเส้นทางการนำพาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนและการเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) เป็นหน้าที่สำคัญของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางส่งเสริมธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่าการบริหารงานบุคคลขององค์กร SMEs ในจังหวัดจันทบุรี สอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณารางวัลของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทั้งหมด 9 ฝ่ายงานตามโครงการรางวัลนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ Thailand HR Innovation Award โดยมุ่งเน้นภารกิจที่สำคัญไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนแบ่งออกเป็น 3 ภารกิจ ได้แก่ 1.ภารกิจการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ได้แก่ งานสรรหาและคัดเลือก (Recruit and Selection) งานวางแผนกำลังคน (Workforce Planning) งานการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) 2.ภารกิจการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource

Development) ได้แก่ งานค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefit) งานบุคลากรสัมพันธ์ (Employee Relations) งานรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และ 3. ภารกิจระบบสารสนเทศทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Information System) ได้แก่ งานการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) งานพัฒนาสายอาชีพ (Career Development) งานพัฒนาองค์กร (Organization Development) ดังนั้นข้อเสนอแนะทางผลักดันให้องค์กรเข้าสู่การประกวดองค์กรนวัตกรรมจะพิจารณาเกณฑ์การให้รางวัลประกอบด้วย 5Is และแนวทางเข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1) การให้ความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญและประโยชน์ของการเข้าสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับประเภทระดับของรางวัล เกณฑ์การตัดสินรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Rotrak, 2015 อ้างถึงใน มรกต จันทรกระพ้อ, 2562) องค์กรแห่งนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมค่อนข้างสูงและสามารถแสดงถึงความ เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้หลายลักษณะ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าสอดคล้องกับระดับการมีส่วนร่วม (Involvement level) คือ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย (Multi-Stakeholders) ซึ่งองค์กรควรมีระบบพี่เลี้ยง (Mentor) มาจากผู้ทรง

คุณวุฒิและกรรมการจากหน่วยงานที่มีประสบการณ์ภายนอกเข้ามาให้คำแนะนำ ชี้แนะ พร้อมเป็นที่ปรึกษาให้กับองค์กรที่มีความประสงค์ได้เตรียมวางแผน ความพร้อม รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดทัศนคติที่ดีกับพนักงานในการสร้างแรงบันดาลใจ และมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอตนเองเข้ารับการพิจารณา

2) ประเมินตนเอง (Self – Assessment) เป็นขั้นตอนการประเมินทักษะ ความรู้ ความสามารถของตนเองและการพิจารณาภายในองค์กรที่จะแยกประเภทผลงานของหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ใน 9 ฝ่าย เพื่อผู้บริหารและบุคลากรภายในองค์กรได้ทบทวนตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Akay & Demirel, 2018 อ้างถึงใน มรกต จันทรกระพ้อ, 2562) การสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมและให้อิสระทางความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าสอดคล้องกับการพิจารณาระดับของนวัตกรรม (Innovative level) คือ การทบทวนขององค์กรที่คิดนวัตกรรมขึ้นเองและนำไปปฏิบัติจะถือว่ามียกระดับของนวัตกรรมสูงกว่าองค์กรที่ไปรับนวัตกรรมที่มีอยู่แล้วมาใช้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความพร้อมและรู้สถานะปัจจุบันขององค์กรว่าอยู่ในระดับการพิจารณาใดของรางวัล การเลือกระดับขั้นที่เหมาะสมกับตนเอง เพื่อเตรียมตัวในการส่งเอกสารการสมัครและเอกสารประกอบการพิจารณาตามระดับชั้นในลำดับถัดไป

3) การออกแบบแนวทางหรือกิจกรรม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กร โดยฝ่ายการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ร่วมกับหัวหน้าแต่ละฝ่ายวางแผนการทำงาน และจัดเก็บข้อมูลขององค์กรร่วมกัน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าสอดคล้องกับการนำไปปฏิบัติ (Implementation) คือ การนำนวัตกรรมมาใช้ภายใต้บริบทขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและการบูรณาการ (Integration) คือ ความสามารถในการบูรณาการนวัตกรรมภายใต้หลายหน้าที่งานของทรัพยากรมนุษย์หรือฝ่ายงานอื่นขององค์กร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chuttiwong and Gedsri, 2011) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ได้แก่ การสื่อสารภายในองค์กรแบบเปิด การให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร การสนับสนุนและเข้าถึงข้อมูลโดยจะต้องมีโครงสร้างอำนาจหน้าที่ที่เปิดกว้างและมีการกระจายอำนาจความเป็นผู้นำให้พนักงานทั้งองค์กรจะทำให้องค์กรมีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมมากขึ้น

4) องค์กรเสนอชื่อเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการพิจารณารางวัล มี 2 กระบวนการ คือ กระบวนการกลั่นกรองรางวัล และกระบวนการตัดสินรางวัล ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าสอดคล้องกับการบูรณาการ (Integration) คือ พิจารณาความสามารถในการบูรณาการนวัตกรรมภายใต้หลายหน้าที่งานของทรัพยากรมนุษย์หรือกับฝ่ายงานอื่นขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการประเมินรางวัลนวัตกรรมในงานทรัพยากรมนุษย์ (สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย, 2559) โดยแบ่งเป็น 2 รอบ ได้แก่ รอบที่ 1 คณะกรรมการพิจารณาจากเอกสารการสมัครเพื่อคัดกรอง Profile Proposal หากผลการพิจารณาไม่ผ่านคณะกรรมการฯ จะแจ้งผลไปยังองค์กรเสนอชื่อ สำหรับองค์กรที่ผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาในรอบที่ 2 โดยคณะกรรมการฯ จะแจ้งให้เตรียมนำเสนอผลงานโดยใช้ VTR พร้อมกับคณะกรรมการฯ เข้าตรวจเยี่ยมองค์กร (Site Visit) และประกาศผลองค์กรที่ผ่านเกณฑ์ประเมินได้รับรางวัล โดยหน่วยงานที่ได้รับรางวัลต้องมานำเสนอในงานมอบรางวัล HR Innovation Award ทั้งนี้กระบวนการดังกล่าวจะใช้เวลาราว 5 เดือนเพื่อให้ทันกับการประกาศผลรางวัลในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี

5) สรุปประเมินผลและถอดบทเรียนองค์กรในแนวคิดวิธีการที่ได้รับการพิจารณาหรือไม่ได้รับการพิจารณาเพื่อวางแนวทางการทำงาน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าสอดคล้องกับผลลัพธ์ ผลกระทบ (Impact) คือ พิจารณาจากผลลัพธ์ของการนำนวัตกรรมไปใช้ พิจารณาทั้งผลลัพธ์ภายในและภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย (จิรประภา อัครบวร, 2560) การจัดทำกรณีศึกษาเพื่อเป็นตัวอย่างนวัตกรรมด้านงานทรัพยากรมนุษย์แต่ละงานโครงการที่ได้รับรางวัลในแต่ละปี จะทำให้เกิดการเผยแพร่ตัวอย่างนวัตกรรมในงานทรัพยากรมนุษย์ได้ครบทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า จำนวนโครงการที่ส่งเข้าประกวดกว่าร้อยละ 50 เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีจำนวนบุคลากรขนาด 1,000 – 10,000 คน ยิ่งไปกว่านั้นโครงการที่ได้รับรางวัลเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ทั้งสิ้น และเห็นได้ชัดว่าองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ยังไม่เข้าสมัครมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบว่า องค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ยัง

ไม่ได้ให้ความสนใจเข้าร่วมเท่าที่ควร จากการขาดการให้ความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญและประโยชน์ของการเข้าสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับประเภทระดับของรางวัล เกณฑ์การตัดสินรางวัลที่เข้าถึง ด้วยลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) อำนาจในการตัดสินใจสูงสุดจะขึ้นอยู่กับผู้บริหารหรือเจ้าของสถานประกอบการเป็นส่วนสำคัญ ที่จะจัดการการจูงใจพนักงานให้สร้างนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ผสมผสานกันเพื่อผลักดันให้เกิดองค์กรแห่งนวัตกรรม (Rotrak, 2015 อ้างถึงใน มรกต จันทรกระพ้อ, 2562) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในงานวิจัย 2 ประเด็นดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์โครงการรางวัลฯ จากที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ผ่านพับ ช่องทางสื่อออนไลน์และการออกบูธงานสัมมนาในกรุงเทพและต่างจังหวัด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ายังขาดการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและกิจกรรมที่สร้างความเข้าใจในโครงการอยู่ในวงจำกัด จึงเห็นควรว่าหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักควรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ในการกำหนดบทบาทร่วมเป็นพี่เลี้ยง (Mentor) โดยมีหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางและเป็น

ที่ปรึกษา ตั้งแต่เริ่มประชาสัมพันธ์จนเข้าสู่กระบวนการขอรับการประเมิน เพื่อสร้างความเข้าใจและเชื่อมั่นให้กับองค์กรที่มีความประสงค์เข้าร่วมประกวด

2. การพิจารณารางวัลควรพิจารณาแยกกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ออกจากกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ (จิรประภา อัครบวร, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยพบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ขาดความมั่นใจในการเข้าร่วมโครงการการประกวด โดยมีสาเหตุจากขาดความเข้าใจในรายละเอียดโครงการ ความสำคัญที่องค์กรจะได้รับและความกังวลในองค์กรขนาดเล็กที่อาจไม่ได้รับการพิจารณา จึงเห็นว่าควรมีโครงการนวัตกรรมด้านงานทรัพยากรมนุษย์สำหรับกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยพิจารณาแยกออกจากกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้น ส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) เข้าร่วมในโครงการขอรับการประเมินเพื่อพิจารณารางวัลมากยิ่งขึ้น สำหรับงานวิจัยในอนาคตที่ผู้วิจัยเห็นว่าควรดำเนินการคือ บทบาทการเป็นพี่เลี้ยง (Mentor) เพื่อช่วยส่งเสริมและให้การธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) เกิดการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนวัตกรรมที่สามารถสะท้อนผลลัพธ์อันเกิดจากงานด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์กรได้

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานกำกับและบริหารการคลัง 3. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลัง จังหวัดจันทบุรี ประจำเดือนมิถุนายน 2561. จันทบุรี : สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี.
- คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี. (2561). แผนปฏิบัติการการพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก.
- จิรประภา อัครบวร. (2561). การวิเคราะห์ผลการประกวดรางวัลนวัตกรรม ด้านงานทรัพยากรมนุษย์ ปี พ.ศ. 2560. *Human Resource and Organization Development Journal*. Vol.10 No. 1/2018. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พยัต วุฒิรงค์. (2557). *การจัดการนวัตกรรม*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มรกต จันทรกระพ้อ. (2562). การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสู่ความเป็นเลิศขององค์กร. *วารสารนักบริหาร*, 6(2), 52-66.
- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย. (2559). คู่มือรางวัลนวัตกรรมกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Thailand HR Innovation Award). สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย.
- Amabile M. (1997). Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management Review*, 40(2), 39-58.

- Atuahene-Gima & Ko. (2001). An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation Alignment on Product Innovation. *Organization Science*, 12(4), 54-74.
- Chuttiwong, N., & Gerdri, N, (2011). The analysis factors influencing towards innovative organization in Thailand. *Journal of Business Administration*, 34(130), 47-58.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. Sage, Thousand Oaks.
- Delamont, S. (1992). *Fieldwork in Educational Settings : Methods, Pitfalls and Perspectives*. The Falmer Press.
- Drucker, P. (2015). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Tongwan, K. (2010). The relationship of influencing factors which created the learning organization towards the level of an innovative organization: Case Study at the National Science and Technology Development Agency (NSTDA). *Journal of Business Administration*, 3(3), 34-48.

แรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
โรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จังหวัดปราจีนบุรี
Motivation and engagement of employees
of automotive parts company limited in Prachinburi

สิษะวัช จันทร์พล¹ และ ชำนาญ ทองเย็น²

Sitthawat Janphol and Chumnant Thongyen

Article History

Received: November 13, 2020

Revised: January 19, 2021

Accepted: February 04, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งมีจำนวน 186 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านปัจจัยจูงใจ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของปัจจัยจูงใจในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีลักษณะของงาน เป็นลำดับแรก ด้านปัจจัยค่าจูง ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของปัจจัยค่าจูง ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีความมั่นคงในงาน เป็นลำดับแรก ในด้านความผูกพันต่อองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการคงอยู่ เป็นลำดับแรก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูงในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความผูกพันต่อองค์กร

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร

¹ นักศึกษาปริญญาโท, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Master's degree, Faculty of Business Administration and Accounting Phitsanulok University

Email: arthit.janphol@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Business Administration and Accounting Phitsanulok University

Abstract

A study of work motivation and engagement of employees working at the Automotive Parts Company Limited in Prachinburi was to investigate factors relating to the relationship and organizational commitment of these employees. The subjects participating in this study were 186 employees who working at the Automotive Parts Company in Prachinburi. Data was collected using a set of questionnaires. Statistics used for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's Correlation Coefficient set statistical significance at the level of 0.05.

The results of the study revealed that the motivation factors affecting the organizational engagement of the employees regarding motivation factors. Respondents were given the overall opinion of the motivation factors at a high level with characteristics of the work as the priority in supporting factors. Respondents provide a level of opinion on the supporting factors. In general, it is classified at a high level, with job security being the first in terms of engagement to the organization. Respondents give the overall opinion of the commitment to the organization to a high level with persistence first, the result of testing the hypothesis of the research found that the relationship between motivation and supportive factors in working overall is relatively high in the same direction with the engagement to the organization.

Keywords: Motivation, Engagement

บทนำ

การที่บุคลากรจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น ด้านความรู้ ความสามารถ จริยธรรมและคุณธรรมนอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งอย่างหนึ่ง ก็คือ ความพอใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรดังที่ Steer and Porter (1977, p. 211) กล่าวว่า บุคคลที่มีความพอใจในการปฏิบัติงานและมีแรงจูงใจในการทำงานจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีและผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ระดับแรงจูงใจ ความรู้ ความสามารถหรือลักษณะส่วนตัว และความเข้าใจชัดเจนในบทบาทหน้าที่ของตน ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องรู้จักสร้างภาวะกระตุ้นหรือตอบสนองความต้องการและความพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้น ซึ่งก็คือการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากร เพื่อโน้มน้าวจิตใจของบุคคลให้เกิดความรัก ความผูกพัน ร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจทุ่มเทความรู้ ความสามารถที่มีอยู่ให้กับงานในหน้าที่อย่างจริงจัง และให้บุคลากร

ได้ตระหนักถึงคุณค่าของตนที่มีต่อหน่วยงานและความรับผิดชอบที่ตนเองมีต่องานในหน้าที่

อีกประการหนึ่งคือการสร้างความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นตัวพยากรณ์การลาออก นอกจากนี้ความผูกพันต่อองค์กรยังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กร เนื่องจากบุคลากรที่มีความผูกพันกับองค์กรสูงย่อมปฏิบัติงานได้ดี ความผูกพันต่อองค์กรด้านความตั้งใจและพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการแข่งขัน ความผูกพันของพนักงานเป็นคุณลักษณะภายในของพนักงาน โดยมีความเชื่อว่า การที่พนักงานจะทำงานได้ดีอยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน และสร้างสรรค์ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพให้กับองค์กรอย่างเต็มที่เต็มความสามารถก็ต่อเมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร ต่องาน ต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อตนเอง โดยความรู้สึกนั้นจะยั่งยืนหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าองค์กรตระหนักและให้ความสำคัญต่อคุณค่าของพนักงานเพียงใด เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงบทบาทและความรู้ความสามารถที่เหมาะสม

สมเพื่อให้พนักงานและองค์กรบรรลุเป้าหมายแห่งความสำเร็จด้วยกันทั้งคู่

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นหนทางหนึ่งในการธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์อันมีค่าขององค์กร โดยให้พนักงานทำงานอยู่ในองค์กรอย่างมีความสุข มีความรู้สึกและมีจิตใจที่อยากจะทำอยู่กับองค์กรด้วยความเต็มใจ รวมไปถึงการให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถซึ่งผลประโยชน์ที่ได้จะเกิดขึ้นร่วมกันทั้งตัวพนักงานและองค์กร ผลกระทบเชิงบวกของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับพนักงานรุ่นใหม่หากรักษาให้อยู่กับองค์กรได้นาน จะช่วยให้การทำงานง่ายขึ้นและเร็วขึ้น

โรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี เป็นโรงงานที่ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลานาน เป็นอุตสาหกรรมที่จำเป็นที่จะต้องพึ่งพาแรงงาน ที่มีทักษะและความสามารถในการผลิต รวมทั้งด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการรักษาผู้มีความรู้สึกลึกซึ้งนั้นเป็นสิ่งสำคัญในทุกองค์กรโดยเฉพาะในขณะที่ยอดขายมีการแข่งขันสูงซึ่งส่งผลให้อัตรการย้ายงานสูงขึ้นเช่นกัน ดังนั้นการรักษาพนักงานที่มีความรู้สึกลึกซึ้งไว้จึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ซึ่งทำให้องค์กรต้องหาวิธีการที่จะสร้างแรงจูงใจต่างๆเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ผู้วิจัยซึ่งอยู่ในตำแหน่งหัวหน้างาน จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความสัมพันธ์ แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเพื่อทราบว่าแรงจูงใจในด้านใดบ้างที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน สามารถรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรต่อไปและเพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการวางแผนด้านการส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน และนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี

นิยามศัพท์

1. แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง พลังหรือแรงกระตุ้นพฤติกรรมให้แต่ละบุคคลใช้ความสามารถในการทำงานไปสู่เป้าหมายอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ ลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจสูงจะมีความตั้งใจในการทำงาน มีความภาคภูมิใจในการทำงานและเพลิดเพลินสนุกสนานกับการปฏิบัติงานเกิดความพอใจและมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีที่สุด เพื่อบรรลุผลสำเร็จ

2. ปัจจัยจูงใจในการทำงาน หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง เช่น ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในงาน

3. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานต่อองค์กรที่แสดงออกมาโดยมีการเชื่อมั่นในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความภาคภูมิใจในงานที่ตนรับผิดชอบ มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงานและพร้อมที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ อย่างเต็มความสามารถของตน เพื่อความก้าวหน้าขององค์กรและมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

4. พนักงาน หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่ง ได้แก่ พนักงานฝ่ายสำนักงานและฝ่ายปฏิบัติงาน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี

2. ด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 186 คน โดยเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรคือพนักงานทั้งหมด

3. ด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2562 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

4. ด้านพื้นที่

ในการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาภายในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จังหวัดปราจีนบุรี

5. ขอบเขตด้าน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1) ตัวแปรอิสระ ที่ทำการศึกษาคือปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน และแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยจูงใจ คือความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในงาน และปัจจัยค้ำจุน คือ นโยบายและการบริหารงาน เงินเดือนและผลตอบแทน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความมั่นคงในงาน เทคนิคการควบคุมดูแล

2) ตัวแปรตาม ที่ทำการศึกษาคือ ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยแรงจูงใจในด้านต่างๆที่มีผลต่อการทำงานของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี
3. เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารงานขององค์กร เพื่อรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวคิดและ ทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งจูงใจ ที่เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำ หรือแสดงพฤติกรรม ด้วยความตั้งใจ เต็มใจและพึงพอใจใน งานที่ทำโดยได้รับการถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า หรือสิ่งจูงใจจากความคาดหวัง และความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง

ก็จะทำให้พนักงานมี แรงจูงใจและมีพลังผลักดันในการทำงาน ทำให้ องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานเพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

1. ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของมนุษย์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของการทำงานของมนุษย์ มี 2 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง

2) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยภายในที่ถ้าไม่มีปัจจัยนี้ก็จะกระตุ้นให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของงานในการช่วยส่งเสริมให้แรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลยังคงอยู่ตลอดเวลา (Herzberg อ้างถึงใน ญัฎฐพันธ์ และฉัตรยาพร 2559 : 189)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง สภาวะที่บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติต่อองค์การและมีการแสดงออกทางพฤติกรรมถึงความรู้สึผูกพันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์การในการมีค่านิยมองค์การร่วมกัน มีความพยายามที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจเพื่อผลประโยชน์ขององค์การ รวมถึงมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ปรารถนาที่จะคงอยู่ในองค์การอย่าง ไม่เปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรเกิดจากความผูกพันต่อองค์การมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ พร้อมทั้งจะอุทิศตนและทุ่มเทให้องค์การได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลเหล่านั้นได้รับการตอบสนองจากองค์การในด้านต่าง ๆ ดังนั้น องค์การจึงต้องสร้างสิ่งจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก เป็นการสร้างความผูกพันให้สมาชิกมีความผูกพันต่อองค์การ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า เมื่อบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ส่งผลให้บุคลากรอยากอยู่ในองค์กรนาน

ขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Steer and Porter (1983) ที่พบว่า ระดับรายได้ ความก้าวหน้าในการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นองค์ประกอบของแรงจูงใจ ตามแนวคิดของ Herzberg (1959) และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ตามแนวคิดของ McClelland (1961) เป็นปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวได้รับการตอบสนองซึ่งกันและกัน ต้องมีการพึงพาอาศัยกัน ในด้านทรัพยากรของแต่ละฝ่ายที่มีอยู่ และการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลกับองค์กร นอกจากนี้แล้ว Steer (1977) ยังได้พบว่า อัตราเงินเดือน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความผูกพันกับองค์กร ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรจะมีอิทธิพลต่อความพยายามในการปฏิบัติงาน ความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรความตั้งใจที่จะอยู่ในองค์กร และการคงรักษาพนักงานไว้ได้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญชนก ทิพย์ดวงตา (2557) ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลางสำนักงานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลของการศึกษาพบว่า บุคลากรสังกัดส่วนกลางมีความพึงพอใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับมากในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ และด้านเพื่อนร่วมงานรองลงมา และมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านการกำกับดูแล ด้านเงินเดือน และด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านความผูกพันพบว่า บุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลางมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความผูกพันด้านหน้าที่มากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์และการลงทุน

พรสร้อย วงศ์ศรีศุภกุล (2557) ได้ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร : กรณีการศึกษาการประชาสัมพันธ์ส่วนภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรโดยรวมและด้านรายได้ ได้แก่ ด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ด้านจิตอาสามณ์ ด้านปฏิบัติงาน ด้านพัฒนาตนเอง โอกาสก้าวหน้า และด้านความมั่นคง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานโดยรวม ความพึงพอใจในงานโดยรวมและรายได้ ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านผู้บังคับบัญชา และด้านเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และ

การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กรโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายได้ ได้แก่ ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร และความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ ผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และพัฒนาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

ปิยธิดา กวินภัทรเวช (2557) แรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พนักงานฝ่ายผลิตมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยในด้านคุณภาพการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ระยะเวลาการผลิต และน้อยที่สุดคือ วิธีการผลิต ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ รายได้ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และประสบการณ์การทำงาน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ปัจจัยแรงจูงใจภายใน ได้แก่ ผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน การมีอำนาจในหน้าที่ การมีส่วนร่วมในงาน โอกาสในความก้าวหน้า และลักษณะของงานที่ท้าทาย และปัจจัยแรงจูงใจภายนอก ได้แก่ นโยบายและการบริหาร การพัฒนาฝึกอบรม การเลื่อนตำแหน่งงานเทคโนโลยีที่ทันสมัย และความปลายภัยในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิญญา ทองเดช (2558) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับแรงจูงใจในการทำงานทั้งในด้านปัจจัยจูงใจและด้านปัจจัยค้ำจุน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร แตก

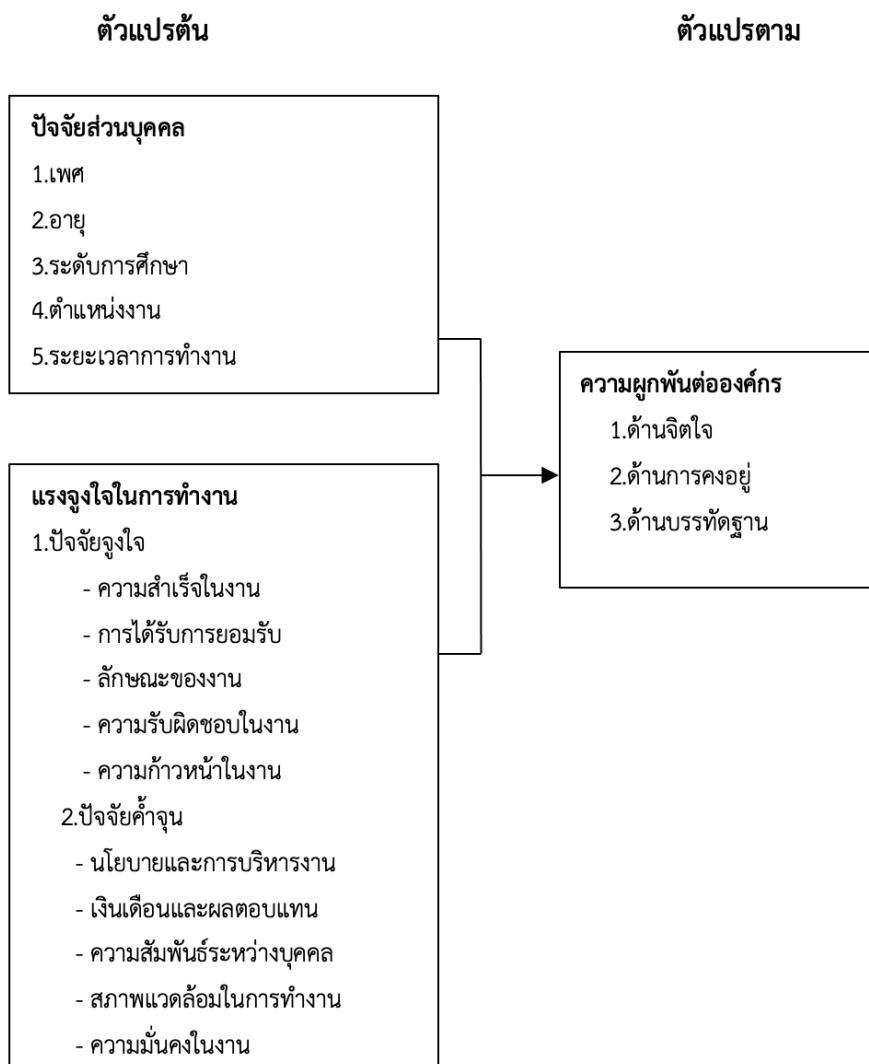
ต่างกัน ปัจจัยจิตใจและปัจจัยค้ำจุนในการทำงานทั้งโดยรวม และรายด้านมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จรรยา หลั่งจี (2560) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษาบริษัท เบทาโกรเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยองค์กร พบว่าด้านความสำเร็จในการทำงานและด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยองค์กรด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ด้านเงินเดือน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านสภาพการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพัน
ต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
จังหวัดปราจีนบุรี ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ประชากร
ทั้งหมด คือพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
แห่งหนึ่งในจังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วยพนักงานฝ่าย
สำนักงานและพนักงานฝ่ายปฏิบัติการจำนวนทั้งสิ้น 186 คน
โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
และ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ คือสถิติเชิงพรรณนา ประกอบ

ด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อ
วิเคราะห์ข้อมูลในด้านสถานภาพของกลุ่มประชากร และการ
วิเคราะห์แรงจูงใจ โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปล
ความหมายเชิงบรรยาย และการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การ
ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยการทดสอบ
นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล

ตารางที่ 1
สถานภาพส่วนบุคคล

ข้อมูล	ข้อมูลจากประชากร	ร้อยละ
ขนาดประชากร	186 คน	
เพศ	ชาย	77.42
อายุ	21-30 ปี	52.69
การศึกษา	ปริญญาตรี	48.92
ตำแหน่งงาน	ฝ่ายปฏิบัติการ	87.10
ระยะเวลาการทำงาน	6-10 ปี	41.94
รายได้ต่อเดือน	20,001-30,000 บาท	41.94

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น
พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัด
ปราจีนบุรี จำนวน 186 คน เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ77.42
และมีเพศหญิงจำนวนร้อยละ 22.58 ด้านอายุ มีอายุ 21-30
ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ52.69 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.92 ด้านตำแหน่งงาน เป็นฝ่าย

ปฏิบัติการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.10 ระยะเวลาการ
ทำงาน มีระยะ 6-10 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.94 ด้าน
รายได้ต่อเดือน มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมากที่สุด คิด
เป็นร้อยละ 41.94

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงาน

ตารางที่ 2
แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยจูงใจ

ปัจจัยจูงใจ	μ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ความสำเร็จในงาน	3.99	0.74	มาก	2
2.การได้รับการยอมรับ	3.97	0.71	มาก	3
3.ลักษณะของงาน	4.01	0.72	มาก	1
4.ความรับผิดชอบในงาน	3.96	0.72	มาก	4
5.ความก้าวหน้าในงาน	3.92	0.72	มาก	5
รวม	3.99	0.72	มาก	

98 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี ให้ระดับความเห็นของปัจจัยเชิงใจในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (0.72) โดยมีลักษณะของงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, การได้รับการยอมรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, ความรับผิดชอบในงาน มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และความก้าวหน้าในงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน คือ นโยบายและการบริหารงาน เงินเดือนและผลตอบแทน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความมั่นคงในงาน เทคนิคการควบคุมดูแล ได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3

แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน	μ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.นโยบายและการบริหารงาน	3.95	0.72	มาก	4
2.เงินเดือนและผลตอบแทน	3.99	0.73	มาก	2
3.ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.84	0.73	มาก	6
4.สภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.96	0.72	มาก	3
5.ความมั่นคงในงาน	4.02	0.71	มาก	1
6.เทคนิคการควบคุมดูแล	3.94	0.73	มาก	5
รวม	3.95	0.72	มาก	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี ให้ระดับความเห็นของปัจจัยค้ำจุนในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยมีความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ เงินเดือนและผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, สภาพแวดล้อม

ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96, นโยบายและการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, เทคนิคการควบคุมดูแล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4

ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	μ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านจิตใจ	3.89	0.72	มาก	2
2 ด้านบรรทัดฐาน	3.84	0.72	มาก	3
3.ด้านการคงอยู่	4.05	0.71	มาก	1
รวม	3.93	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้น

ส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี ให้ระดับความเห็นของความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยมีด้านการคง
อยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ
ด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ ด้านบรรทัดฐาน

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยจูงใจในการทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กร		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
(Pearson Correlation)			
ความสำเร็จในงาน	0.403	0.000*	ปานกลาง
การได้รับการยอมรับ	0.568	0.000*	ปานกลาง
ลักษณะของงาน	0.481	0.000*	ปานกลาง
ความรับผิดชอบในงาน	0.522	0.000*	ปานกลาง
ความก้าวหน้าในงาน	0.746	0.000*	ค่อนข้างสูง
รวม	0.673	0.000*	ค่อนข้างสูง

*.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความผูกพันต่อองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.673 โดยมีความก้าวหน้าในงานมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.746 เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การได้รับการยอมรับ มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปาน

กลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.568, ความรับผิดชอบในงาน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.522, ลักษณะของงาน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.481 และความสำเร็จในงานมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.403

ตารางที่ 6

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กร		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
(Pearson Correlation)			
นโยบายและการบริหารงาน	0.531	0.000*	ปานกลาง
เงินเดือนและผลตอบแทน	0.713	0.000*	ค่อนข้างสูง
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.426	0.000*	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.477	0.000*	ปานกลาง
ความมั่นคงในงาน	0.637	0.000*	ค่อนข้างสูง
เทคนิคการควบคุมดูแล	0.485	0.000*	ปานกลาง
รวม	0.728	0.000*	ค่อนข้างสูง

*.05

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคำจูนในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความผูกพันต่อองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.728 เงินเดือนและผลตอบแทน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.713 เป็นลำดับแรก รองลงมาคือความมั่นคงในงาน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.637, นโยบายและการบริหารงาน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.531, เทคนิคการควบคุมดูแล มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.485, สภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.77 และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.426

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

แรงจูงใจในการทำงาน ทั้งในเรื่องของปัจจัยจูงใจและปัจจัยคำจูนโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านลักษณะของงาน เป็นลำดับแรก เนื่องจากพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรีมีความคิดเห็นว่า ลักษณะของงานที่ทำเป็นงานที่มีลักษณะขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เป็นงานที่ทำท้าทายความรู้ความสามารถ ซึ่งปัจจัยจูงใจมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากเมื่อ พนักงานทุ่มเทพยายามปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายออกมาดีที่สุด ทำให้ได้รับคำชมเชย ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ตลอดจนการเลื่อนตำแหน่ง ทำให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ผลที่ตามมาจะทำให้พนักงานมีความผูกพัน ต่อการที่จะทำงานในองค์กรต่อไปโดยไม่คิดเปลี่ยนงาน สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Herzberg (1959)

กล่าวถึงความสำเร็จในการทำงานของบุคคล โดยการที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายสำเร็จเสร็จสิ้นอย่างมีประสิทธิภาพและผลสำเร็จของงานนั้นเป็นที่น่าพอใจและภาคภูมิใจและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก ทิพย์ดวงตา (2557) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลางสำนักงานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.ผลของการศึกษาพบว่า บุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลางมีความพึงพอใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับมากในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความผูกพันพบว่า บุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลางมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความผูกพันด้านหน้าที่มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านอารมณ์ และการลงทุน

2. ปัจจัยคำจูน โดยรวมให้ระดับความเห็นของปัจจัยคำจูนในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีความมั่นคงในงาน เป็นลำดับแรก ซึ่งอาจเป็นเพราะในปัจจุบัน เศรษฐกิจตกต่ำทำให้เกิดภาวะการเลิกจ้างงาน ซึ่งย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีวิต ทางองค์กรจึงควรสร้างความมั่นใจให้แก่พนักงานและมีการดูแลในเรื่องของเงินเดือนผลตอบแทนต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน และควรให้พนักงานระดับปฏิบัติการ มีโอกาสที่จะได้เลื่อนขั้น เพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ตามความสามารถและผลงาน รวมถึงสนับสนุนให้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือส่งเสริมให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ก็จะทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Allen and Meyer (1990) ที่เสนอว่าความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่และด้านบรรทัดฐาน โดยทั่วไปแล้วความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวระหว่างพนักงานกับองค์กร ช่วยให้พนักงานมีความจงรักภักดี และยังคงอยู่กับองค์กรและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรสรุญญ วงศ์ศรีศุภกุล (2557) ได้ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร: กรณีการศึกษาการประปาส่วนภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรโดยรวม และด้านรายได้ ได้แก่ ด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ด้านจิตอารมณ์ ด้านปฏิบัติงาน ด้านพัฒนาตนเอง โอกาสก้าวหน้า และด้านความมั่นคง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยจูงใจในการทำงานในด้านของความก้าวหน้าในงาน เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ฝ่ายบริหารจึงควรให้ความสำคัญ โดยเปิดให้มีการสับเปลี่ยนตำแหน่ง และมีการเลื่อนตำแหน่งตามความสามารถ รวมทั้งให้ผู้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่เพื่อให้ผู้บังคับบัญชารู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้งานในองค์กรก้าวหน้าและอาจแสดงออกมาในรูปการยกย่องชมเชยให้กำลังใจ การแสดงความยินดีรวมทั้งแสดงออกถึงการยอมรับในความสามารถ มอบหมายให้ดูแลงานใหม่ๆ

2. ปัจจัยค้ำจุนในการทำงานในด้านของ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ฝ่ายบริหารจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี โดยจัดให้มีกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ด้าน Team building และกิจกรรมละลายพฤติกรรม เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชา/ผู้ใต้บังคับบัญชาและความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานให้ดียิ่งขึ้น

3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ฝ่ายบริหารจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมองค์กรที่ให้งานมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น เช่นการ

จัดประชุมพนักงานเดือนละครั้งเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสแจ้งถึงปัญหาต่างๆที่ต้องการให้แก้ไข พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นในแง่มุมอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม เพียงด้านเดียวอาจได้ข้อมูลไม่ครอบคลุม ในครั้งต่อไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนและครอบคลุม มากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาตัวแปรหรือทฤษฎีอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลกระทบ ต่อความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เช่น ความพอใจในงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบผลการศึกษาและขยายผลการศึกษา

3. ควรศึกษาแนวคิดด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรเพิ่มเติม เพื่อให้สอดคล้องกับ นโยบายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน ยุคไทยแลนด์ 4.0

บรรณานุกรม

- ขวัญชนก ทิพย์ดวงตา. (2557). *ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสังกัดส่วนงานกองกลาง สำนักงานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรรจรวิ หลังจิ. (2560). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกรเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ละฉัตรยาพร เสมอใจ. (2559). *การจัดการ*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นุชจิรา ต๊ะสุ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสังกัดสำนักงานเกษตรและสหกรณ์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยธิดา กวินภัทรเวช. (2557). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต โรงงานผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครจังหวัดชลบุรี*. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 3(1), 34-55.
- พรสรัญญ วงศ์ศรีศุภกุล. (2557). *การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาการประชาสัมพันธ์ภูมิภาค*. งานวิจัยส่วนบุคคล สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สมยศ นาวีการ. (2555). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991.

อภิญญา ทองเดช. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990). The measure and antecedents of affective continuance and normative commitment to the organizational commitment. *Journal of Occupational Psychology*, 63(3), 1-8.

Herzberg, F., Mausner, B. & Synderman, B. B. (1959). *Motivation to work*. (2nd ed). Abell & Howell information Co.

Steers, R. M., & Porter, L.W. (1983). *Motivation and work behavior* (3rd ed.) McGraw-Hill.

การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน

The Development of the Investigative News Reporting Process

เสกสรรค์ ประเสริฐ¹ และ ปรีชา พันธุ์เน่น²

Seksonna Prasert and Preecha Phannan

Article History

Received: October 08, 2021

Revised: December 25, 2021

Accepted: February 03, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ 4 กลุ่มคือผู้แทนองค์กรข่าวที่สื่อข่าวเชิงสืบสวน ผู้ชำนาญการด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวน นักวิชาการด้านข่าวเชิงสืบสวน และผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวน

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนนั้นพบว่านักข่าวที่ขาดความรู้รอบด้าน ขาดความชำนาญในการหาข้อมูล ขาดการช่วยเหลือในด้านกฎหมายและความปลอดภัย รวมทั้งองค์กรข่าวไม่เปิดพื้นที่ในการนำเสนอข่าวให้นักข่าว ทำให้การสื่อข่าวเชิงสืบสวนไม่ประสบความสำเร็จ แนวทางแก้ไขคือองค์กรข่าวควรเป็นองค์กรที่ทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ สุจริต เปิดเผย ควรจัดตั้งหน่วยงานช่วยเหลือเมื่อถูกคุกคาม นักข่าวจะต้องมีจริยธรรม และเคร่งครัดในจรรยาบรรณ พร้อมฝึกฝนความรู้ ทักษะด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูล (Crowd-sourcing) การหลอมรวมสื่อ (Convergence) การสร้างนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) จากประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในสังคม และการใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Database Journalism) ในงานข่าวเชิงสืบสวนสามารถช่วยจัดการฐานข้อมูล (Database Manager) ได้ครบถ้วนและยังช่วยให้ข้อมูลจากแหล่งข่าวถูกต้องชัดเจน กระบวนการสื่อสารในลักษณะนี้ของนักข่าวและผู้รับสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์มากขึ้นในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการเสนอข่าวสืบสวน

คำสำคัญ: การพัฒนากระบวนการ, ข่าวเชิงสืบสวน, นักข่าวพลเมือง

¹ นักศึกษาปริญญาเอก, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Ph.D (Candidate), Faculty of Liberal Arts Krirk University, Email: seksonborsae@gmail.com *Corresponding author

² ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Dissertation Advisor, Faculty of Liberal Arts Krirk University

Abstract

This research aims to study problems, obstacles, and solutions to the process development of investigative news reporting. It is a qualitative research by in-depth interviews from four groups of experts: representatives of news organizations that investigative news media. Investigative news media specialist investigative news scholar and investigative news media practitioners. The study found that problems, obstacles and solutions to the development of the investigative news media process, it was found that the lack of knowledge of journalists lacks expertise in finding information lack of legal and safety assistance also, news organizations do not open up areas for presenting news to journalists. Making investigative news media not successful the solution is that news organizations should be organizations that act in the public interest, honestly, openly. Aid agencies should be formed when threatened. Journalists must be ethical and strict in the code of conduct. Ready to practice knowledge modern technology skills application of the crowd-sourcing, convergence, citizen journalist from the public, stakeholders in society. And the use of database journalism in investigative news work can help manage the database completely and also help make information from news sources accurate and clear. This kind of communication process by journalists and recipients has resulted in a dramatic change in the relationship between information exchange and investigative news presentation.

Keywords: process development, investigative news reporting, citizen journalist

ที่มาและความสำคัญ

ในวงการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer) นักหนังสือพิมพ์ระดับปรมาจารย์ของชาวอเมริกัน ได้กล่าวถึงการทำงานของนักข่าวว่า “อย่าพอใจเพียงแต่ได้เสนอสิ่งที่มองเห็นเท่านั้น” ซึ่งความหมายดังกล่าวมาจากวิธีปฏิบัติการในการหาข่าวที่มีลักษณะค้นหา ขุดคุ้ยข้อมูลข้อเท็จจริงให้ลึกไปกว่าเหตุการณ์ที่เรามองเห็นในขณะนั้น (สมหมาย ปรจิณัตต์, 2537) จากคำกล่าวนี้นี้ทำให้เล็งเห็นว่านักข่าวจะต้องเป็นผู้ที่มีจินตนาการในเรื่องที่ตนเองสนใจเพื่อที่จะคาดการณ์ล่วงหน้าในการที่จะทำข่าวในเรื่องนั้น รวมทั้งมีความอยากรู้อยากเห็น มีความเอาใจใส่ต่อการทำงานข่าว มีการเตรียมการวางแผนงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ มีการประเมินสถานการณ์ ใช้ความรู้และอุตสาหะมุ่งมั่นที่จะทำเรื่องนั้นๆ ตลอดจนมีความสำนึกรับผิดชอบและจะต้องมีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ มีความคิดเป็นของตนเอง รู้จุดอ่อน จุดแข็ง มีความคิดที่ชัดเจน และมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีปณิธานอย่างแรงกล้ารวมทั้งจะ

ต้องมีความเข้มแข็งขององค์กรข่าวร่วมด้วยในความพร้อมที่จะเผชิญกับอำนาจคุกคามต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (นรินทร์ นำเจริญ, 2549) โดยสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของบทบาทหน้าที่การเป็นสื่อมวลชนที่สามารถสื่อข่าวเชิงสืบสวนให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในแต่ละสังคมรวมทั้งระบบเศรษฐกิจของสังคมแต่ละแห่งและระบบการเมืองในแต่ละประเทศ สื่อมวลชนจะมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันซึ่งระบบการเมืองเป็นพื้นฐานสำคัญในการสะท้อนถึงบทบาทหน้าที่ที่สื่อมวลชนในแต่ละประเทศ

ดังนั้นนโยบายของรัฐซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสะท้อนบทบาทการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยนักข่าวหรือสื่อมวลชนคือบุคคลที่ปฏิบัติงานในวงวิชาชีพวารสารศาสตร์ (Journalism) เป็นผู้ที่ได้รับการคาดหวังจากสังคมให้ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือเป็นการทำหน้าที่ค้นหาเส้นทางของข่าวหรือการได้มาซึ่งข่าว นำเสนอข่าว แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการวิเคราะห์ผลของสถานการณ์ที่อาจจะกระทบต่อประโยชน์

ของประชาชน ประโยชน์ของสาธารณะ และด้วยปัจจัยที่กระแสสังคมหรือชุมชนในยุคปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีที่เจริญขึ้นคือ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) รวมถึงงานข่าวในสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้เป็นเครื่องมือในกระบวนการสื่อข่าวซึ่งได้มีการแบ่งสื่อออกเป็นสองกลุ่มหลักคือสื่อประเภทสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556) ซึ่งสื่อทั้งสองกลุ่มนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารหรือสื่อมวลชน (Mass Media) ไปยังประชาชนหรือสาธารณชนทั่วไปอันเป็นบทบาทหน้าที่ ที่มีเรื่องสิทธิเสรีภาพ อิทธิพลและจริยธรรมโดยเป็นผลที่กระทบต่อสื่อมวลชนและต่อสังคมอีกด้วย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากบทความหนังสือตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการสื่อข่าวที่เชื่อถือได้ว่าเป็นการสื่อข่าวเชิงสืบสวนนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบสำคัญของความเป็นข่าวทั้งในด้านการประเมินคุณค่าข่าวและลักษณะข่าวที่ดีเช่น มีความลึก ความกว้าง ความซับซ้อน ความแรงและความต่อเนื่อง ซึ่งควรเป็นข่าวแบบสก็๊ป (Scoop) มีลักษณะเปิดโปงและมีบทสรุปยืนยันเป็นหลักฐานเอกสารเพื่อให้สังคมรับรู้ความจริงในเรื่องนั้นๆ ซึ่งถ้าเป็นการพิจารณาข่าวหากนำหลักการเรื่องการประเมินคุณค่าข่าวมาพิจารณาจะพบว่าข่าวเชิงสืบสวนจะมีคุณสมบัติเหล่านี้มากกว่าข่าวปกติทั่วไป (สมหมาย ปาริจฉัตต์, 2537) ดังนั้นการที่นักข่าวซึ่งได้รับการคาดหวังจากสังคมให้ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพตรงไปตรงมาเป็นที่พึ่งของประชาชนรวมทั้งเป็นปากเสียงให้กับประชาชนและแสดงพลังของการเป็นสุนัขเฝ้าบ้าน (Watchdog) ทำหน้าที่ตรวจสอบความโปร่งใส (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556) ติดตามสอดส่องปกป้องผลประโยชน์ของประเทศ ซึ่งจะต้องนำวิธีการสื่อข่าวเชิงสืบสวนมาใช้ในการสื่อข่าวโดยนักข่าวจะต้องมีวิธีการทำงานในการเชื่อมต่อข้อมูลข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆ ให้เป็นภาพรวมที่ชัดเจน นักข่าวจะต้องมีความเป็นตัวของตัวเองในการสื่อข่าวที่สื่ออื่นมองข้ามไม่ให้ความสนใจไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุปัจจัยใดก็ตาม รวมทั้งการพูดคุยการสัมภาษณ์ซักถามและการหวานล่อมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกปิดบังซ่อนเร้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ (Kaplan D., อ้างใน สมหมาย ปาริจฉัตต์, 2537) ซึ่งจะเป็นไปตามกระบวนการสื่อข่าวตามเกณฑ์คุณภาพของข่าว เช่น ข่าวจะต้องมีความถูกต้องครบถ้วน มีความสมดุลและความเป็นธรรม มีความกระชับชัดเจนและนำเสนอทันต่อเหตุการณ์ พร้อมทั้งมีความ

รับผิดชอบต่อสังคม และประการสำคัญคือข่าวที่นำเสนอจะต้องสร้างความชอบธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม (นรินทร์ นำเจริญ, 2549) โดยใช้หลักปฏิบัติทางจริยธรรมและเคร่งครัดในจรรยาบรรณข้อบังคับเพื่อให้ข่าวสืบสวนอยู่ในกรอบจริยธรรมมีคุณธรรมกำกับในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญกว่ากฎหมายหรือกฎข้อบังคับใดๆ ในการทำหน้าที่นักข่าวสืบสวนยุคปัจจุบันที่มีการใช้สื่อดิจิทัลส่งผลรวดเร็วและรุนแรงในรูปแบบการสื่อสารแนวใหม่ซึ่งต้องใช้คุณธรรมกำกับว่าอะไรที่ควรทำเป็นความสำนึกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกของนักข่าวสืบสวน (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2561)

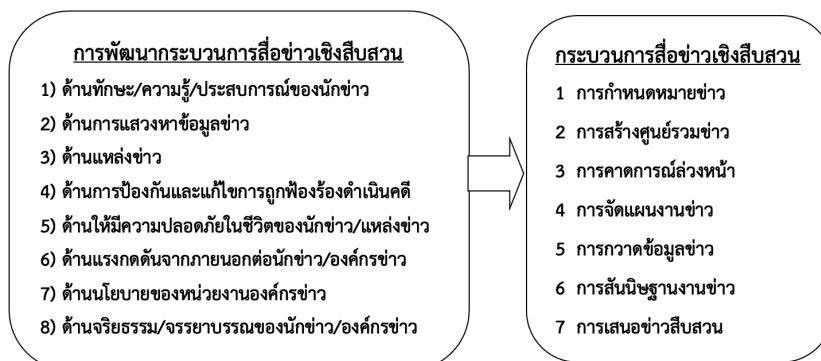
ผู้วิจัยได้ค้นคว้าปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน รวมทั้งจรรยาบรรณและจริยธรรมของนักข่าว นโยบายขององค์กรข่าวที่สื่อข่าวเชิงสืบสวน และที่สำคัญโดยเฉพาะคือ นโยบายของรัฐ กระแสสังคม อิทธิพลมืด แหล่งข่าว เทคโนโลยีปัจจุบัน ผู้สนับสนุน และหลักการฝึกฝนเพื่อเป็นผู้สื่อข่าวเชิงสืบสวน เช่น การฝึกหัดวิเคราะห์ปัญหาให้แม่นยำที่มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ และจะต้องสำนึกเสมอว่าความสุจริต รอบคอบ ความอดทนเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้สื่อข่าวประเภทสืบสวน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2555) ซึ่งเรื่องต่างๆ เหล่านี้สามารถนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนอีกส่วนหนึ่งด้วย โดยการค้นคว้าเบื้องต้นพบว่าการสื่อข่าวเชิงสืบสวนนั้นทำให้เกิดผลสำเร็จได้ยาก ส่วนเรื่องที่มีการนำมาเสนอข่าวในลักษณะข่าวเชิงสืบสวนนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและกระทบกับผู้คนจำนวนมาก (ทัชชยันต์ วาหะรักษ์, 2554) ซึ่งในความเป็นจริงข่าวเชิงสืบสวนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนมีสิทธิในการตรวจสอบการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐผ่านทางสื่อมวลชนที่ต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกในการพิทักษ์รักษาผลประโยชน์ของสังคม (Feldstein, M., 2006) ซึ่งในปัจจุบันการนำเสนอข่าวเชิงสืบสวนนั้นมีความจำเป็นต่อสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่ต้องการความโปร่งใสชัดเจนในความจริงที่จะต้องปรากฏในลักษณะที่มีพยานหลักฐานเป็นที่ยอมรับต่อสังคม โดยเฉพาะประการสำคัญข่าวเชิงสืบสวนมีความสำคัญต่อประเทศชาติอย่างมากเป็นกลไกสำคัญในการตรวจสอบปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน

ได้อย่างดี ซึ่งข่าว เชิงสืบสวนไม่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนไทย (มนตรี จุยม่วงศรี, 2558) โดยพบข้อมูลว่าการนำเสนอข่าวเชิงสืบสวนทางด้านที่วิจิตรลามีสัดส่วนการนำเสนอค่อนข้างน้อย ในภาพรวมการนำเสนอไม่สามารถที่จะขุดค้นและนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงออกมาได้อย่างลึกซึ้ง และที่สำคัญยังพบว่าส่วนใหญ่การนำเสนอผลงานข่าวเชิงสืบสวนยังไม่ถึงขั้นคลี่คลายปมหรือขุดคุ้ยสืบค้นถึงต้นเหตุได้ (มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา, 2558) ซึ่งในความเป็นจริงการสืบสวนเชิงสืบสวนนั้นมีความประโยชน์ต่อประเทศชาติเป็นอย่างมากโดยเฉพาะประเด็นการหยุดยั้งเรื่องคอร์รัปชันด้วยการสืบสวนเชิงสืบสวนนั้น ประเวศ วะสี ได้ให้ความเห็นไว้ว่า “การหยุดยั้งคอร์รัปชันที่ชะงัดที่สุดคือการทำหนังสือพิมพ์เชิงสืบสวน เพราะคอร์รัปชันไม่กลัวความเห็นแต่กลัวความรู้ สื่อมวลชนของเรายังขาดวัฒนธรรมและความสามารถในการรายงานแบบสืบสวน สืบสวนจึงขาดพลังในการหยุดยั้งคอร์รัปชัน การรายงานเพียงการสัมภาษณ์ว่าใครมีความเห็นหรือใครทำอะไรไม่มีพลังแห่งการใช้ความจริงเป็นเพียงความหือหาว” (สุชาติ จักรพิสุทธิ์, 2551)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการค้นหาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนาระบบการสืบสวน เพื่อที่จะได้มีกระบวนการสืบสวนที่เป็นรูปแบบให้องค์กรข่าวที่สืบสวนเชิงสืบสวน และผู้ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนเชิงสืบสวนสามารถนำไปใช้สืบสวนเชิงสืบสวนให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งผู้ที่สนใจในข่าวเชิงสืบสวน สามารถใช้ศึกษาเพื่อเข้าสู่เส้นทางของการเป็นนักข่าวเชิงสืบสวน และใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและด้านอื่นๆ อันเป็นการก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมและประเทศชาติต่อไป

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนาระบบการสืบสวนเชิงสืบสวน

นิยามศัพท์

กระบวนการสืบสวนเชิงสืบสวน หมายถึง ขั้นตอนตั้งแต่การกำหนดหมายข่าว การสร้างศูนย์รวมข่าว การคาดการณ์ล่วงหน้า การจัดแผนงานข่าว การกวาดข้อมูลข่าว การสันนิษฐานงานข่าว และการเสนอข่าวสืบสวน

การพัฒนาระบบการสืบสวนเชิงสืบสวน หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการทำงานโดยการนำปัญหาอุปสรรคในกระบวนการสืบสวนเชิงสืบสวนที่ค้นพบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านข่าวเชิงสืบสวนซึ่งประกอบไปด้วยองค์กรข่าวที่สืบสวนเชิงสืบสวน ผู้ชำนาญการด้านการสืบสวน นักวิชาการด้านข่าวเชิงสืบสวน และผู้ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนเชิงสืบสวนที่สัมผัสภาษาในงานวิจัยนี้ค้นหาวีธีการพร้อมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหาและการพัฒนาทางด้านการรู้ประสบการณ์ของนักข่าว ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าว ด้านแหล่งข่าว ด้านการป้องกันและแก้ไขการถูกฟ้องร้องดำเนินคดี ด้านให้มีความปลอดภัยในชีวิตของนักข่าวแหล่งข่าว ด้านแรงกดดันจากภายนอกต่อนักข่าวองค์กรข่าว ด้านนโยบายของหน่วยงานองค์กรข่าว ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวองค์กรข่าว ไปสู่การเป็นกระบวนการสืบสวนเชิงสืบสวนรูปแบบใหม่ที่ค้นพบเพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนเชิงสืบสวน

จริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวสืบสวน หมายถึง แนวทางที่ใช้สำหรับเป็นกรอบที่เคร่งครัดในการควบคุมพฤติกรรม การปฏิบัติงานของผู้ที่ทำงานข่าวสืบสวน

วิธีการศึกษา

ศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสาร (Documentary Data) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการทำวิจัยจำนวน 4 กลุ่มดังนี้ คือ กลุ่มที่ 1. เป็นผู้แทนองค์กรข่าวที่สื่อข่าวเชิงสืบสวน จำนวน 4 องค์กร โดยคัดเลือกจากองค์กรข่าวที่สื่อข่าวเชิงสืบสวนที่เป็นสำนักข่าว เว็บไซต์ข่าว รายการโทรทัศน์ข่าว ซึ่งมีผลงานข่าวเชิงสืบสวนที่ได้รับรางวัลประเภทข่าวออนไลน์เชิงสืบสวนยอดเยี่ยม ข่าวทุจริตเชิงสืบสวน ข่าวสืบสวนเกี่ยวกับการเปิดโปง และรางวัลข่าวโทรทัศน์สืบสวนยอดเยี่ยม ซึ่งทั้ง 4 องค์กรข่าวนี้เป็นองค์กรข่าวที่ได้รับรางวัลระหว่างปี พ.ศ.2537 - 2559 กลุ่มที่ 2. เป็นผู้ชำนาญการด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวน จำนวน 4 คน โดยคัดเลือกจากผู้ปฏิบัติงานหรือเคยปฏิบัติงานด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวนที่มีประสบการณ์ในการสื่อข่าวเชิงสืบสวนมากกว่า 10 ปี กลุ่มที่ 3. เป็นนักวิชาการด้านข่าวเชิงสืบสวนหรือการข่าวชั้นสูง จำนวน 4 คน โดยคัดเลือกจากอาจารย์จากมหาวิทยาลัยที่สอนหรือเคยสอนทางด้านข่าวเชิงสืบสวนหรือการข่าวชั้นสูง ที่มีประสบการณ์ในการสอนมากกว่า 10 ปี กลุ่มที่ 4. เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวน จำนวน 4 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่เคยปฏิบัติงานด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวนจากองค์กรข่าวที่เป็นสำนักข่าว เว็บไซต์ข่าว รายการโทรทัศน์ข่าวและหนังสือพิมพ์ ที่มีประสบการณ์ด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวนมากกว่า 10 ปี ซึ่งมีผลงานได้รับรางวัลเกี่ยวกับข่าวเชิงสืบสวนตั้งแต่ปี พ.ศ.2537-2559

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร เช่น หนังสือ ตำรา และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้แทนองค์กรข่าวที่สื่อข่าวเชิงสืบสวนจำนวน 4 องค์กร ผู้ชำนาญการด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวนจำนวน 4 คน นักวิชาการด้านข่าวเชิงสืบสวนหรือการข่าวชั้นสูงจำนวน 4 คน และผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อข่าวเชิงสืบสวนจำนวน 4 คน รวมเป็น 16 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลก่อนการ

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) (สุภางศ์ จันทวานิช, 2552) โดยเก็บข้อมูลจากแหล่งที่ต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถามแล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวไปวิเคราะห์ด้วยการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Topology and Taxonomy) การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) และการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) แล้วเรียบเรียงรายงานผลการวิจัยในลำดับต่อไป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนด้านต่างๆ ดังนี้

1) ด้านทักษะ ความรู้และประสบการณ์ของนักข่าวพบว่า

นักข่าวจะต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา มีความถูกต้อง ความยุติธรรม มีกระบวนการเก็บข้อมูล การสังสมข้อมูลไว้เป็นของส่วนตัว ในปัจจุบันสามารถค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีทำให้การสืบค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตทำได้สะดวกขึ้นสามารถเรียนรู้และฝึกปฏิบัติได้

องค์กรข่าวจะต้องจัดสร้างห้องสมุดข่าวขององค์กรข่าวเพื่อให้ให้นักข่าวมีความรู้โดยตรงพร้อมทั้งรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ที่จะสามารถทำข่าวเชิงสืบสวน และจะต้องส่งเสริมให้นักข่าวเข้าอบรมเพิ่มทักษะและความรู้ทางด้านการใช้เทคโนโลยี ในเรื่องการถ่ายภาพ ความรู้ในด้านการทำข่าวเชิงลึก ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ การใช้งานคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสมัยใหม่รวมทั้งการหาข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความชำนาญ ให้เรียนรู้ในด้านต่างๆ ที่นโยบายขององค์กรข่าวต้องการให้ทำข่าวในด้านนั้นๆ พร้อมทั้งส่งไปอบรมต่างประเทศซึ่งจะช่วยให้มีทักษะความสามารถมากยิ่งขึ้นด้วยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักข่าวสถาบันต่างๆ ในระดับชาติและระดับนานาชาติเกิดขึ้น ประการสำคัญการเรียนรู้จากประสบการณ์และสอนนักข่าวให้ทำข่าวเชิงสืบสวนในขณะทำงานจึงเป็นการทำให้ได้ผลดีที่สุด

2) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าว พบว่า

นักข่าวต้องมีความรู้ในเชิงระบบ ความรู้ในเชิงโครงสร้าง นักข่าวจะต้องสังสมหรือเก็บข้อมูลภายในเรื่องนั้นๆ มีคลังข้อมูลเป็นของตนเอง นักข่าวจะต้องมีประสบการณ์ มีการ

ค้นหาข้อมูลในเชิงลึก โดยเฉพาะนักข่าวที่ขาดความรู้ ขาดทักษะ และประสบการณ์ในการทำงานด้านนี้ การเสาะหาข้อมูลเอกสาร บางส่วนที่มีอยู่กับหน่วยงานของรัฐ ซึ่งการหาข้อมูลข่าวสาร ปัจจุบันเปิดกว้างมากในการหาข้อมูลข่าวสารสามารถค้นคว้า จากวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Database Journalism) ระบบ อินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) โดยในส่วนของกระบวนการรวบรวมข้อมูล (Crowd-sourcing) สามารถใช้ได้ผลในยุคนี้ รวมทั้งเทคโนโลยี สมัยใหม่มีบทบาทอย่างยิ่งทำให้การค้นข้อมูลการนำข้อมูลมา เสริมเพิ่มเติมได้ เรื่องแหล่งข่าวเดิมนักข่าวใช้แหล่งข่าวบุคคล มากเกินไปทำให้เกิดปัญหาจึงจำเป็นต้องเอาแหล่งข่าวบุคคล เป็นต้นแหล่งแล้วตรวจสอบหลายๆ ครั้งขยายต่อยอดไปที่แหล่ง ข่าวที่เป็นแหล่งข่าวข้อมูล แหล่งข่าวเอกสารจะทำให้ได้ข้อมูล ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้การทำข่าวในปัจจุบันนักข่าวอาจจะต้อง อาศัยโปรแกรมด้านการหลอมรวมสื่อ (Convergence) ที่ทำให้ ข้อมูลข่าวนั้นนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ

องค์กรข่าวจะต้องทำงานในลักษณะที่มีการวางแผนที่ดี ทำศูนย์ข้อมูลหรือระบบฐานข้อมูลไว้อย่างเพียงพอและสะดวก ต่อการใช้ประโยชน์ เมื่อมีข้อมูลข่าวและรายชื่อแหล่งข่าวจะต้อง พัฒนาระบบฐานข้อมูลระบบเกี่ยวกับการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ซึ่งในยุคของดิจิทัล (Digital) การหาข้อมูลข่าวสารปัจจุบันเปิด กว้างโดยการใช้อินเทอร์เน็ต องค์กรพัฒนาฝ่ายสารสนเทศ (In-formation Technology) สามารถทำให้การหาข้อมูลจากแหล่ง ข่าวสะดวกและได้ข่าวที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น รวมทั้งกระบวนการรวบรวม ข้อมูล และการสร้างนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ที่มา จากการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีส่วนช่วย ขุดคุ้ยและตรวจสอบข้อมูลต่างๆ องค์กรพัฒนาฝ่ายไอทีก็มีความ สำคัญจะช่วยทำให้วางแผนในการทำงานข่าวสะดวกและได้ข่าวที่ ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในองค์กรข่าวจะต้องมีห้องสมุดข่าวซึ่งได้จัดทำฐาน ข้อมูลข่าวไว้

3) ด้านแหล่งข่าว พบว่า

ข้อมูลข่าวที่จะต้องใช้เอกสารจากส่วนราชการต่างๆ ซึ่งมีข้อมูลบางส่วนที่ทางราชการยังไม่ได้ดำเนินการนำเข้าระบบ ผู้เสียผลประโยชน์ในสังคมยังไม่มีพลังที่จะหาข้อมูลในส่วนนี้ แหล่งข่าวไม่กล้าที่จะให้ข้อมูลเพราะหากว่าให้ไปแล้วมีผลกระทบ ต่อตนเองและครอบครัวเดือดร้อน นักข่าวจะต้องใช้วิธีการ

มีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข่าวผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ใช้กระบวนการ รวบรวมข้อมูลจากการสร้างนักข่าวพลเมืองที่มาจากการมีส่วนร่วม ของประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้างความไว้วางใจให้ สังคม ทำหน้าที่โดยตรงไปตรงมา ผู้เสียผลประโยชน์ในสังคม ควรให้การสนับสนุนสังคมอาจจะช่วยเป็นหูเป็นตา นักข่าวควร สร้างความไว้วางใจแก่แหล่งข่าวของตนเอง สร้างความเชื่อมั่นให้ สังคมรับรู้ว่าจะสามารถปกป้องผู้ให้ข้อมูลได้

องค์กรข่าวจะต้องปกป้องผู้ให้ข้อมูลด้วยการปกปิด ที่มาของข่าวและผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้สังคม รับรู้ว่าจะองค์กรข่าวสามารถปกป้องผู้ให้ข้อมูลได้ การประยุกต์ ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูล การสร้างนักข่าวพลเมืองจาก ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในสังคม และการใช้วารสารศาสตร์เชิง ข้อมูลในงานข่าวเชิงสืบสวนสามารถช่วยจัดการฐานข้อมูล (Da-tabase Manager) แหล่งข่าวได้ครบถ้วน และยังช่วยทำให้ข้อมูล จากแหล่งข่าวถูกต้องชัดเจน กระบวนการสื่อสารในลักษณะนี้ของ นักข่าวและผู้รับสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์มาก ขึ้นในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการนำเสนอ ข่าวสืบสวน

4) ด้านการป้องกันและแก้ไขการถูกฟ้องร้องดำเนินคดี พบว่า

ผู้ที่เป็บรรณาธิการจะต้องมีความรู้ทางด้านกฎหมาย นักข่าวควรแก้ไขด้วยทักษะ (Skill) ข่าวที่นำเสนอต้องรอบคอบ รอบด้าน เป็นเรื่องจริง ให้ความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้อง เปิด โอกาสให้ทุกฝ่ายได้ชี้แจง ประการสำคัญคือการทำตามหน้าที่โดย สุจริตจะเป็นเกราะคุ้มกันในทุกๆ ด้าน

องค์กรข่าวต้องมีฝ่ายกฎหมายจะต้องมีข้อมูลแจ้งให้กับ นักข่าวว่าการรายงานข่าวในลักษณะใดมีผลทำให้เกิดความเสี ยหายต่อองค์กรข่าวอาจมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นมากมายตามมา ก่อนที่ จะนำเสนอข่าวจะต้องมีการตรวจสอบหลายๆ ครั้ง รวมทั้งหลาย ภาคส่วนควรร่วมกันจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานอิสระเพื่อช่วย เหลือนักข่าวประเภทนี้เมื่อมีการถูกฟ้องร้องในกรณีที่ทำงานข่าว เพื่อสาธารณะประโยชน์

5) ด้านให้มีความปลอดภัยในชีวิตของนักข่าวและแหล่ง ข่าว พบว่า

นักข่าวจะเข้าไปในที่ที่มีความเสี่ยงจะต้องลงบันทึก ประจำวันไว้กับสถานีตำรวจในพื้นที่นั้น เพื่อให้เป็นหลักฐานว่า

เข้าในพื้นที่เพื่อทำงาน ประการสำคัญการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์สาธารณะโดยสุจริต ตรงไปตรงมา เปิดเผย ไม่มีผลประโยชน์ใดๆ แอบแฝง พร้อมทั้งจะให้ทุกฝ่ายชี้แจง ไม่ได้ทำเพื่อประโยชน์ของตัวเองหรือเอาเข้าเป็นเครื่องมือไปหาประโยชน์โดยมิชอบ เคร่งครัด จรรยาบรรณ อยู่ในกรอบจริยธรรม ศีลธรรมและไม่เรียกสินบน ก็จะเป็นเกราะคุ้มกันการที่จะถูกประทุษร้ายได้ การตีแผ่ความจริง การแสดงทัศนคติ การแสดงความจริงในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ก็จะเป็นพลังสาธารณะที่จะทำให้เป็นเกราะคุ้มกันได้ และสิ่งที่สำคัญอีกประการคือนักข่าวประเภทนี้จะต้องมีคุณธรรม จริยธรรม จะต้องทำตนให้เป็นที่น่าเชื่อถือและจะต้องอยู่ในกรอบของการเป็นคนดี

องค์กรข่าวและหลายภาคส่วนควรร่วมกันตั้งองค์กรอิสระขึ้นมาช่วยเหลือเมื่อมีการถูกข่มขู่คุกคามเนื่องจากการทำหน้าที่ในงานข่าวเชิงสืบสวน

6) ด้านแรงกดดันจากภายนอกต่อนักข่าวและองค์กรข่าว พบว่า

นักข่าวควรอยู่ภายใต้สังกัดองค์กรข่าวที่เป็นองค์กรสาธารณะเช่นมูลนิธิจะลดแรงกดดันนอกจากภายนอกได้ซึ่งลักษณะของการทำข่าวเชิงสืบสวนมักเกิดจากแรงบันดาลใจของหัวหน้าข่าว แรงบันดาลใจของตัวนักข่าวที่จะทำข่าวที่เรียกว่าความเป็นนิรันดร์ของสื่อที่เชื่อว่ามีความซับซ้อนและต้องการเปิดเผยความจริงในเรื่องต่างๆ ให้กับสาธารณชนรับรู้เมื่อมีเจตนาธรรมที่ดีก็จะได้รับสิ่งที่ดี

องค์กรข่าวที่มีต้นทุนต่ำเป็นองค์กรสาธารณะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งขององค์กรข่าวที่ไม่มีแรงกดดัน รวมทั้งการเปิดพื้นที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามาชี้แจงได้อย่างเต็มที่ และประการสำคัญหลายภาคส่วนควรรวมตัวกันเพื่อร่วมกันทำข่าวสืบสวนโดยผนึกกำลังให้เป็นวาระสาธารณะเพื่อปกป้องประเทศซึ่งไม่ใช่ผลทางธุรกิจ

7) ด้านนโยบายของหน่วยงานองค์กรข่าว พบว่า

นักข่าวไม่ได้รับความร่วมมือในการนำเสนอข่าวจากองค์กรข่าวเท่าที่ควรจะเป็น การจ่ายค่าตอบแทนไม่เหมาะสม อุปกรณ์เครื่องใช้ในการทำงานไม่พร้อมและขาดทีมงานช่วยเหลือในกรณีที่มีเหตุจำเป็นหรือเหตุฉุกเฉิน ควรใช้การแสดงความจริงในสื่อสังคมออนไลน์ก็จะเป็นพลังสาธารณะ

องค์กรข่าวเชิงสืบสวนควรเป็นองค์กรสาธารณะประโยชน์ เพื่อลดแรงกดดันจากทุกด้าน องค์กรข่าวจะต้อง

สนับสนุนให้นักข่าวมีเวลาในการทำงานด้านนี้โดยเฉพาะ ให้โอกาส ให้เวลาอย่างเหมาะสม ในส่วนขององค์กรข่าวที่จ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานต่ำก็ต้องมีรางวัลและมีประกาศเกียรติยศให้เป็นการทดแทน และสิ่งที่สำคัญควรให้สังคมกระตุ้นเพื่อให้องค์กรข่าวเสียสละทำงานข่าวสืบสวนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ พร้อมทั้งช่วยเหลือทางงบประมาณสนับสนุนงานด้านนี้ให้ทั่วถึง

8) ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวและองค์กรข่าว พบว่า

นักข่าวจะต้องร่วมกันสร้างความเชื่อมั่นให้สังคมปกปิดผู้ให้ข้อมูล โดยจะต้องสร้างความไว้วางใจให้แก่แหล่งข่าว รวมทั้งนักข่าวจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างของการเป็นคนดี ตรงไปตรงมา อยู่ในสังคมแบบเป็นที่ยอมรับของประชาชน การนำเสนอข่าวควรเสนอแต่เรื่องจริง รอบคอบ รอบด้าน ทำหน้าที่โดยสุจริตเพื่อประโยชน์สาธารณะ การนำเสนอข่าวจะต้องไม่มีผลประโยชน์ใดๆ แอบแฝง ไม่เอาเข้าเป็นเครื่องมือไปหาประโยชน์โดยมิชอบ ต้องอยู่ในกรอบจริยธรรมไม่เรียกสินบน ที่สำคัญอย่างยิ่งจะต้องมีคุณธรรม จริยธรรมอยู่ในกรอบจรรยาบรรณ และให้เป็นปณธรรมกับผู้เกี่ยวข้องพร้อมที่จะให้ทุกฝ่ายชี้แจง

องค์กรข่าวจะต้องร่วมกันสร้างความเชื่อมั่นด้วยการปกปิดที่มาของข่าวและผู้ให้ข้อมูล โดยจะต้องสร้างความไว้วางใจให้แก่แหล่งข่าว รวมทั้งการให้โอกาสทุกฝ่ายชี้แจง ข่าวที่นำเสนอต้องรอบคอบ รอบด้าน เป็นเรื่องจริง และได้ให้ความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้อง การนำเสนอข่าวจะต้องไม่มีผลประโยชน์ใดๆ แอบแฝง

อภิปรายผล

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนด้านทักษะ ความรู้และประสบการณ์ของนักข่าว พบว่า นักข่าวจะต้องพัฒนานตนเองตลอดเวลา มีความถูกต้อง ความยุติธรรม มีกระบวนการเก็บข้อมูล การสังสมข้อมูลไว้เป็นของส่วนตัว ในปัจจุบันสามารถค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีทำให้การสืบค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตทำได้สะดวกขึ้นสามารถเรียนรู้และฝึกปฏิบัติได้ องค์กรข่าวจะต้องจัดสร้างห้องสมุดข่าวขององค์กรข่าวเพื่อให้นักข่าวมีความรู้โดยตรงพร้อมทั้งรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ที่จะสามารถทำข่าวเชิงสืบสวน และจะต้องส่งเสริมนักข่าวเข้าอบรม

เพิ่มทักษะและความรู้ทางการใช้เทคโนโลยี ในเรื่องการถ่ายภาพ ความรู้ในด้านการทำข่าวเชิงลึก ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ การใช้งานคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งการหาข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความชำนาญ ให้เรียนรู้ในด้านต่างๆ นโยบายขององค์กรข่าวต้องการให้ทำข่าวในด้านนั้นๆ พร้อมทั้งส่งไปอบรมต่างประเทศซึ่งจะช่วยให้มีทักษะความสามารถมากยิ่งขึ้นด้วยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักข่าวสถาบันต่างๆ ในระดับชาติและระดับนานาชาติ เกิดขึ้น ประการสำคัญการเรียนรู้จากประสบการณ์และสอนนักข่าวให้ทำข่าวเชิงสืบสวนในขณะทำงานจึงเป็นการทำให้ได้ผลดีที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายศิริ ด่านวัฒนะ (2548) พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ความยากของงานที่ต้องการทักษะความรู้และประสบการณ์สูง ปัญหาด้านจิตสำนึกอุดมการณ์และศักยภาพของนักข่าว ควรเริ่มที่ตัวนักวิชาชีพและผู้ประกอบการที่ต้องยึดมั่นในหน้าที่ของสื่อมวลชนร่วมกันโดยไม่แบ่งแยก กองบรรณาธิการต้องให้ความสำคัญเร่งสร้าง “มือข่าวเจาะ” รุ่นใหม่ และสร้างระบบจูงใจที่ดี ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2551) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการทำงานข่าวสืบสวนนั้นมีตั้งแต่เรื่องของตัวบุคคล ศักยภาพของนักข่าว วัฒนธรรมการทำงานแข่งขัน ระดับคุณภาพและความเอาใจใส่ต่อการทำงาน อุดมคติความมุ่งมั่นของนักข่าวเอง ซึ่งสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในงานข่าวเชิงสืบสวน การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน การมีระบบฝึกฝนหล่อหลอม ตลอดจนจนปนิธาน ความเข้มแข็งขององค์กรในการเผชิญกับอำนาจคุกคาม สังคมจะต้องเรียนรู้ถึงสิทธิการสื่อสาร การรู้เท่าทันสื่อ การใช้ระบบสื่อสารสาธารณะเป็นส่วนหนึ่งในปฏิบัติการทางสังคมและสุดท้ายคือระบบสนับสนุนทั้งจากภายในและภายนอกระบบสื่อทั้งคนในวงการวิชาชีพและคนนอกวงการที่สนใจบทบาทของสื่อมวลชน ยอมรับถึงปัญหาและจุดอ่อนที่ทำให้สื่อไม่สามารถทำหน้าที่อย่างมีพลังได้ และตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องมีการผลักดันความร่วมมือจากภาคประชาสังคมและภายนอกสื่อรวมถึงการสร้างกลไกให้เกิดการแก้ปัญหาอย่างเป็นจริง

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าว พบว่า นักข่าวต้องมีความรู้ในเชิงระบบ ความรู้ในเชิงโครงสร้าง นักข่าวจะต้องสั่งสมหรือเก็บข้อมูลภายในเรื่องนั้นๆ มีคลังข้อมูลเป็น

ของตนเอง นักข่าวจะต้องมีประสบการณ์ มีการค้นหาข้อมูลในเชิงลึก โดยเฉพาะนักข่าวที่ขาดความรู้ ขาดทักษะและประสบการณ์ในการทำงานด้านนี้ การเสาะหาข้อมูลเอกสารบางส่วนที่มีอยู่กับหน่วยงานของรัฐ ซึ่งการหาข้อมูลข่าวสารปัจจุบันเปิดกว้างมากในการหาข้อมูลข่าวสารสามารถค้นคว้าจากวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลระบบอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โดยในส่วนของกระบวนการรวบรวมข้อมูลสามารถใช้ได้ผลในยุคนี้ รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทอย่างยิ่งทำให้การค้นหาข้อมูลการนำข้อมูลมาเสริมเพิ่มเติมได้ เรื่องแหล่งข่าวเดิมนักข่าวใช้แหล่งข่าวบุคคลมากเกินไปทำให้เกิดปัญหาจึงจำเป็นต้องเอาแหล่งข่าวบุคคลเป็นต้นแหล่งแล้วตรวจสอบหลายๆ ครั้งขยายต่อยอดไปที่แหล่งข่าวที่เป็นแหล่งข่าวข้อมูล แหล่งข่าวเอกสารจะทำได้ ข้อมูลชัดเจนขึ้น นอกจากนี้การทำข่าวในปัจจุบันนักข่าวอาจจะต้องอาศัยโปรแกรมด้านการหลอมรวมสื่อที่ทำให้ข้อมูลข่าวนั้นนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ องค์กรข่าวจะต้องทำงานในลักษณะที่มีการวางแผนที่ดี ทำศูนย์ข้อมูลหรือระบบฐานข้อมูลไว้อย่างเพียงพอ และสะดวกต่อการใช้ประโยชน์ เมื่อมีข้อมูลข่าวและรายชื่อแหล่งข่าวจะต้องพัฒนาระบบฐานข้อมูลระบบเกี่ยวกับการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ซึ่งในยุคของดิจิทัล การหาข้อมูลข่าวสารปัจจุบันเปิดกว้างโดยการใช้อินเทอร์เน็ต องค์กรพัฒนาฝ่ายสารสนเทศสามารถทำให้การหาข้อมูลจากแหล่งข่าวสะดวกและได้ข่าวที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น รวมทั้งกระบวนการรวบรวมข้อมูล และการสร้างนักข่าวพลเมืองที่มาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะมีส่วนช่วยชุดคู่และตรวจสอบข้อมูลต่างๆ องค์กรพัฒนาฝ่ายไอทีที่มีความสำคัญจะช่วยทำให้วางแผนในการทำงานข่าวสะดวก และได้ข่าวที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในองค์กรข่าวจะต้องมีห้องสมุดข่าวซึ่งได้จัดทำฐานข้อมูลข่าวไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stetka, Vaclav, and Henrik Örnebring. (2013) พบว่า การรายงานข่าวเชิงสืบสวนแหล่งข่าวออนไลน์ (news online sources) มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในฐานะผู้จัดหาข้อมูลให้ใช้ในการรายงานข่าวเชิงสืบสวน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มุลนิธีสื่อมวลชนศึกษา (2558) พบว่า ส่วนใหญ่การนำเสนอผลงานสื่อเชิงสืบสวนยังไม่ถึงขั้นคลี่คลายปมหรือชุดคู่สืบค้นถึงต้นเหตุ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ฐาม เชื้อสถาปนศิริ (2562) ที่ได้อธิบายไว้ว่า “นักข่าวต้องมีทักษะในการสืบค้นหาข่าว การบันทึกภาพ การตัดต่อวิดีโอ การเขียนและเรียบเรียงและการตีพิมพ์เผยแพร่

เสนอโดยที่นักข่าวจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนให้สามารถทำงานโดยการลดจำนวนคนทำงานและขั้นตอนการทำงานให้สั้นและใช้ทรัพยากรที่น้อยที่สุดได้ การทำงานร่วมกันเป็นทีมยังคงเป็นสิ่งจำเป็นดังนั้นการทำงานร่วมกันผ่านเครือข่าย นอกจากนี้ นักข่าวยังต้องมีความเข้าใจประชาชนหรือแหล่งข่าว โดยเฉพาะการขอข้อมูลจากประชาชนซึ่งทำให้นักข่าวต้องมีทักษะในการสืบค้นทางลึกและกว้างมากขึ้นกว่าเดิมและจำเป็นต้องมีแหล่งข่าวที่เข้าถึงและรู้ลึกจริงมากกว่าเดิม นอกจากนี้การทำงานแบบมีส่วนร่วมการแบ่งปันข้อมูลระหว่างเพื่อนนักข่าวด้วยกันและระหว่างแหล่งข่าวกับตัวนักข่าวเอง”

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนด้านแหล่งข่าวพบว่า ข้อมูลข่าวที่จะต้องใช้ออกจากส่วนราชการต่างๆ ซึ่งมีข้อมูลบางส่วนที่ทางราชการยังไม่ได้ดำเนินการนำเข้าสู่ระบบ ผู้เสียผลประโยชน์ในสังคมยังไม่มีพลังที่จะหาข้อมูลในส่วนนี้ แหล่งข่าวไม่กล้าที่จะให้ข้อมูลเพราะหากทำให้ไปแล้วมีผลกระทบต่อตนเองและครอบครัวเดือดร้อน นักข่าวจะต้องใช้วิธีการมีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข่าวผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการสร้างนักข่าวพลเมืองที่มาจากการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้างความไว้วางใจให้สังคม ทำหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา ผู้เสียผลประโยชน์ในสังคมควรให้การสนับสนุนสังคมอาจจะช่วยเป็นหูเป็นตา นักข่าวควรสร้างความไว้วางใจแก่แหล่งข่าวของตนเอง สร้างความเชื่อมั่นให้สังคมรับรู้ว่าจะสามารถปกป้องผู้ให้ข้อมูลได้ องค์กรข่าวจะต้องปกป้องผู้ให้ข้อมูลด้วยการปกปิดที่มาของข่าวและผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้สังคมรับรู้ว่าจะองค์กรข่าวสามารถปกป้องผู้ให้ข้อมูลได้ การประยุกต์ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูล การสร้างนักข่าวพลเมืองจากประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในสังคม และการใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลในงานข่าวเชิงสืบสวนสามารถช่วยจัดการฐานข้อมูลแหล่งข่าวได้ครบถ้วน และยังช่วยทำให้ข้อมูลจากแหล่งข่าวถูกต้องชัดเจน กระบวนการสื่อสารในลักษณะนี้ของนักข่าวและผู้รับสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์มากขึ้นในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการนำเสนอข่าวสืบสวน สอดคล้องกับแนวคิด ของ เสนาะ สุขเจริญ (2549) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า “เว็บไซต์ (Website) ที่ใช้ในการสืบค้นพื้นฐานคือ www.google.co.th เหมาะสำหรับการสืบค้นข้อมูลทั่วไปและ

เป็นประตูบานใหญ่ไปสู่การสืบค้นข้อมูลอย่างอื่นที่ต้องการรายละเอียดมากกว่านั้น การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จะได้ประโยชน์อย่างมหาศาลในการทำข่าวเชิงสืบสวน” ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ฐาม เชื้อสถาปนศิริ (2562) ที่ได้อธิบายไว้ว่า “นักข่าวต้องมีทักษะในการสืบค้นหาข่าว การบันทึกภาพ การตัดต่อวิดีโอ การเขียนและเรียบเรียงและการตีพิมพ์เผยแพร่นำเสนอโดยที่นักข่าวจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนให้สามารถทำงานโดยการลดจำนวนคนทำงานและขั้นตอนการทำงานให้สั้นและใช้ทรัพยากรที่น้อยที่สุดได้ การทำงานร่วมกันเป็นทีมยังคงเป็นสิ่งจำเป็นดังนั้นการทำงานร่วมกันผ่านเครือข่าย นอกจากนี้ นักข่าวยังต้องมีความเข้าใจประชาชนหรือแหล่งข่าว โดยเฉพาะการขอข้อมูลจากประชาชนซึ่งทำให้นักข่าวต้องมีทักษะในการสืบค้นทางลึกและกว้างมากขึ้นกว่าเดิมและจำเป็นต้องมีแหล่งข่าวที่เข้าถึงและรู้ลึกจริงมากกว่าเดิม นอกจากนี้การทำงานแบบมีส่วนร่วมการแบ่งปันข้อมูลระหว่างเพื่อนนักข่าวด้วยกันและระหว่างแหล่งข่าวกับตัวนักข่าวเอง” ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมหมาย ปาริฉัตต์ (2537) ได้อธิบายไว้ว่า “เนื่องจากข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนเป็นการปฏิบัติงานข่าวโดยลงลึกไปถึงขั้นตอน การเข้าข้อเท็จจริงของเรื่องหรือเหตุการณ์นั้นโดยตรงคือการเข้าไปถึงแหล่งข่าวแรก (First Source) อันเป็นต้นตอของเหตุการณ์ ไม่ใช่เพียงแค่สอบถาม สัมภาษณ์บุคคลอื่นซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงอย่างผิวเผินเท่านั้น แหล่งข่าวประเภทหลังนี้เราเรียกกันว่า แหล่งข่าวที่สอง (Second Source) หรือแหล่งข่าวที่สาม (Third Source) การได้ข้อมูลจากแหล่งข่าวประเภทหลังย่อมทำให้ได้รับข้อเท็จจริงในเรื่องนั้นไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ล่อแหลมต่อการเบี่ยงเบนประเด็นและการบิดเบือนข้อเท็จจริงต่างๆ อีกด้วยจะเจตนาหรือไม่เจตนาก็ตาม”

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขไปสู่การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวและองค์กรข่าว พบว่า นักข่าวจะต้องร่วมกันสร้างความเชื่อมั่นให้สังคมปกปิดผู้ให้ข้อมูล โดยจะต้องสร้างความไว้วางใจให้แก่แหล่งข่าว รวมทั้งนักข่าวจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างของการเป็นคนดี ตรงไปตรงมา อยู่ในสังคมแบบเป็นที่ยอมรับของประชาชน การนำเสนอข่าวควรเสนอแต่เรื่องจริงรอบคอบ รอบด้าน ทำหน้าที่โดยสุจริตเพื่อประโยชน์สาธารณะ การนำเสนอข่าวจะต้องไม่มีผลประโยชน์ใดๆ แอบแฝง ไม่เอาข่าว

เป็นเครื่องมือไปหาประโยชน์โดยมิชอบ ต้องอยู่ในกรอบจริยธรรม ไม่เรียกสินบน ที่สำคัญอย่างยิ่งจะต้องมีคุณธรรม จริยธรรม อยู่ในกรอบจรรยาบรรณ และให้ความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจะให้ทุกฝ่ายชี้แจง องค์กรข่าวจะต้องร่วมกันสร้างความเชื่อมั่นด้วยการปกปิดที่มาของข่าวและผู้ให้ข้อมูล โดยจะต้องสร้างความไว้วางใจให้แก่แหล่งข่าว รวมทั้งการให้โอกาสทุกฝ่ายชี้แจง ข่าวที่น่าเสนอต้องรอบคอบ รอบด้าน เป็นเรื่องจริง และได้ให้ความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้อง การนำเสนอข่าวจะต้องไม่มีผลประโยชน์ใดๆ แอบแฝง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2551) พบว่า ปัญหาของการสื่อข่าวเชิงสืบสวนนั้นมีตั้งแต่เรื่องของตัวบุคคล ศักยภาพของนักข่าว วัฒนธรรมการทำงานแข่งขัน ระดับคุณภาพและความเอาใจใส่ต่อการทำงาน อุดมคติความมุ่งมั่นของนักข่าวเอง ซึ่งสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในงานข่าวเชิงสืบสวน และแยกไม่ออกจากความสำคัญของนโยบายกองบรรณาธิการ การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน การมีระบบฝึกฝนหล่อหลอม ตลอดจนปณิธานความเข้มแข็งขององค์กร หนังสือพิมพ์ ในการเผชิญกับอำนาจคุกคามและความสามารถในการต่อรองกับธุรกิจการตลาด และสอดคล้องกับแนวคิดของ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2561) ซึ่งมีสาระสำคัญคือ ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ต้องตรวจสอบและไม่แต่งเติมเนื้อหาข่าวเกินจากข้อเท็จจริง ไม่พาดหัวข่าวและความน่าเชื่อถือจากข้อเท็จจริง นำเสนอข่าวภาพข่าว ความเห็น และเนื้อหาทั่วไปด้วยความบริสุทธิ์ใจโดยไม่แสวงหาผลประโยชน์ เนื้อหาทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญต่อสาธารณะ ต้องแสดงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย เปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริงเมื่อข่าวที่น่าเสนอมีการพาดพิงอันอาจเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กร ต้องให้ความเที่ยงธรรมไม่เสนอข่าวโดยเลื่อนลอยปราศจากแหล่งที่มา พึงระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์หรือให้ข่าวอย่างเปิดเผย เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าวและต้องเป็นประโยชน์ต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน ต้องปกปิดชื่อและฐานะของบุคคลที่ให้ข่าวไว้เป็นความลับเมื่อได้ให้คำมั่นแก่แหล่งข่าวนั้นไว้และต้องปกปิดนามปากกาหรือนามแฝงไว้เป็นความลับ ต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นลงในข่าว ต้องไม่วาดอ้างตำแหน่งหน้าที่เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่ชอบธรรม ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่าหรือผลประโยชน์ใดๆ

ประโยชน์ใดๆ พึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์ในการได้มาซึ่งข่าวสาร พึงระมัดระวังที่จะไม่เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่น่าจะเป็นภัยแก่สังคมหรือสาธารณะและหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่มีเหตุให้น่าเชื่อว่าเจ้าของประกาศโฆษณานั้นเจตนาจะทำให้ผู้อ่านหลงเชื่อในสิ่งที่มุ่งขาย และยิ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2561) ได้กำหนดหลักปฏิบัติทางจริยธรรมของนักวารสารศาสตร์หรือนักข่าวไว้คือ จะต้องส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็นโดยให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใดๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงต่อความเป็นจริงต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็ว ในการได้มาซึ่ง ข่าว ภาพ หรือข้อมูลอื่นใดมาเป็นของตนต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น จะต้องเคารพในความไว้วางใจของผู้ให้ข่าวและรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว ควรปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะโดยไม่ชอบธรรมและไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1) จัดทำคู่มือเกี่ยวกับกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนที่ได้พัฒนาแล้วให้นักข่าวทั่วไปหรือผู้ที่สนใจนำไปใช้เป็นรูปแบบในการสื่อข่าวเชิงสืบสวน โดยมีเนื้อหาพอสรุปได้ดังนี้

การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนมีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ตั้งแต่ ด้านทักษะความรู้และประสบการณ์ของนักข่าว องค์กรข่าวจะต้องจัดสร้างห้องสมุดข่าวขององค์กรข่าวเพื่อให้นักข่าวมีความรู้ (Knowledge) โดยตรง พร้อมทั้งรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ที่จะสามารถสื่อข่าวเชิงสืบสวน และจะต้องส่งเสริมให้นักข่าวเข้าอบรมเพิ่มทักษะความรู้การใช้งานด้านเทคโนโลยีต่างๆ ความรู้ในการทำข่าวเชิงลึก การใช้ภาษาอังกฤษ การใช้งานคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ต และการหาข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความชำนาญ รวมทั้งการอบรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักข่าวสถาบันต่างๆ ในระดับนานาชาติ และประการสำคัญคือการเรียนรู้จากประสบการณ์ ให้นักข่าวเรียนรู้ข่าวเชิงสืบสวนในขณะทำงาน ซึ่งนักข่าวจะต้องพัฒนาตนเอง มีกระบวนการเก็บข้อมูล สังสมข้อมูล

โดยสามารถค้นคว้าได้จากอินเทอร์เน็ต นักข่าวจะต้องใช้วิธีการมีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข่าว สร้างแหล่งข่าวจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม สร้างความไว้วางใจว่าสามารถปกป้องผู้ให้ข้อมูลได้ นักข่าวจะต้องมีความรู้ในเชิงระบบ ความรู้ในเชิงโครงสร้าง มีคลังข้อมูลเป็นของตนเอง องค์กรข่าวจะต้องทำระบบฐานข้อมูล มีฝ่ายกฎหมาย บรรณาธิการจะต้องมีความรู้ทางด้านกฎหมาย ข่าวที่น่าเสนอต้องรอบคอบ รอบด้าน เป็นเรื่องจริงและให้เป็นธรรม ให้โอกาสทุกฝ่ายได้ชี้แจง ก่อนที่จะนำเสนอข่าวจะต้องมีการตรวจสอบหลายๆ ครั้ง ประการสุดท้ายการเป็นองค์กรข่าวที่เป็นองค์กรสาธารณะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งขององค์กรข่าวที่สามารถทำงานได้อย่างอิสระ

2) นำผลสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้แก่นักข่าวทั่วไป และผู้ที่สนใจในกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนที่ได้ในงานวิจัยนี้มีองค์ความรู้ที่น่าสนใจคือ นักข่าว บรรณาธิการและองค์กรข่าวจะ

ต้องปรับตัวให้ทันยุคดิจิทัลที่จะต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3) นำข้อมูลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ จัดทำหลักสูตรกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวนรูปแบบใหม่ที่ค้นพบนี้ บรรจุการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ในทางวารสารศาสตร์ซึ่งเน้นเฉพาะด้านกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน เพื่อให้ความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรศึกษาต่อยอดด้วยการนำรูปแบบที่ค้นพบนี้ ไปใช้ในการศึกษาวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป เช่น ควรมีการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของนักข่าวพลเมืองกับกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน และเรื่องการประยุกต์ใช้สื่อใหม่กับกระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน

บรรณานุกรม

- หัตถชัยนต์ วาหารักษ์. (2554). *เทคนิคการรายงานข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนของหนังสือพิมพ์แนวประชานิยม*. กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2555). *การรายงานข่าวเชิงสืบสวนและตีความ*. เอกสารการสอนชุดวิชาการข่าวชั้นสูงและการบรรณาธิการ. นนทบุรี: คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2556). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด*. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนตรี จุยม่วงศรี. (2558). *พัฒนาการข่าวยอดเยี่ยมรางวัลมูลนิธิอิศรา อมันตกุล กับกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางในการรายงานข่าวเชิงสืบสวนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน*. กรุงเทพมหานคร.(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา. (2558). *สื่อเชิงสืบสวนในทีวีดิจิทัลช่องข่าวสารและสาระ*. สำนักงานส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกึ่งเอง(สส.)สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.).
- สมหมาย ปาริจฉัตต์. (2537). *ข่าวเจาะ-เจาะข่าว*. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- _____. (2537). *คู่มือการรายงานข่าวเชิงสืบสวน*. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: บริษัท ที.พี.พี. จำกัด.
- เสนาะ สุขเจริญ. (2549). *ข่าวสืบสวน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.
- สายศิริ ด่านวัฒนะ. (2548). *การรายงานข่าวเชิงสืบสวนของหนังสือพิมพ์ไทย*. นนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- สุชาดา จักรพิสุทธิ์. (2551). *แนวทางการทำให้เกิดการเสนอข่าวเชิงสืบสวนในสื่อหนังสือพิมพ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Feldstein, Mark., (2006). A muckraking model investigative reporting cycles in American history. *The Harvard International Journal of Press/Politics* 11.2: p. 105-120.
- Stetka, Vaclav, and Henrik Örnebring, (2013). Investigative Journalism in Central and Eastern Europe Autonomy, Business Models, and Democratic Roles. *The International Journal of Press/Politics* 18.4: p. 413-435.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (1 กันยายน 2562). *USER-GENERATED CONTENT: ยุคสื่อของผู้ใช้*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/58244>.
- สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (27 ตุลาคม 2561). *หลักปฏิบัติทางจริยธรรมของนักวารสารศาสตร์*. สืบค้นจาก <http://www.tja.or.th/>.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (4 พฤศจิกายน 2561). *ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์*. สืบค้นจาก <http://www.presscouncil.or.th>.

การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี
Co-cultural Communication of Cambodian Labours Working and Living
In Chanthaburi Province

อภิวรรณ ศิรินันทนา¹

Apiwan Sirinantana

Article History

Received: January 01, 2021

Revised: February 20, 2021

Accepted: February 04, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารกับคนไทยของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรีเพื่อค้นหากลยุทธ์การสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาของคนไทยในจังหวัดจันทบุรี เพื่อเข้าใจปัญหาและอุปสรรค การสื่อสารระหว่างแรงงานชาวกัมพูชาและคนไทยในจังหวัดจันทบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ แรงงานชาวกัมพูชา จำนวน 15 คน และกลุ่มคนไทย จำนวน 15 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) วิธีการสื่อสารกับคนไทยของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ วิธีการสื่อสารแบบการไม่แสดงออกให้เห็นวิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็น และวิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็นชัดเจนมาก 2) กลยุทธ์การสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาของคนไทยในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การใช้ล่ามแปลภาษา การจัดทำคู่มือการทำงานให้กับแรงงานชาวกัมพูชา การสาธิตการทำงานให้ดูเป็นตัวอย่าง และการไม่ใช้คำพูดกดขี่แรงงานชาวกัมพูชา 3) ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารระหว่างแรงงานชาวกัมพูชาและคนไทยในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ อุปสรรคด้านความรู้และความคิด อุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก และอุปสรรคด้านพฤติกรรม

คำสำคัญ: การสื่อสารวัฒนธรรมร่วม การใช้ชีวิต แรงงานชาวกัมพูชา

¹ นักศึกษาปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Ph.D.(candidate), Faculty of Communication Arts Dhurakj Pundit University

E-mail: apiwannarak@gmail.com

Abstract

This research aimed to study methods of communicating with Thai people of Cambodian Labours working and Living in Chanthaburi Province. To find strategies for communicating with Cambodian Labours working of Thai people in Chanthaburi Province. To understand the communication problems and obstacles between Cambodian and Thai workers in Chanthaburi Province. This research is a qualitative research. The sample group used in the study was divided into 2 groups: 15 Cambodian Labours working and 15 Thai workers. The instruments used for data collection were semi-structured interviews. The results of the research were as follows: 1) Methods of communicating with Thai people of Cambodian Labours working and Living In Chanthaburi Province were: Non-expressive means of communication Expressive means of communication And how to communicate the expression is very clear. 2) Strategies for communicating with Cambodian Labours working and living of Thai people in Chanthaburi Province include the use of interpreters. Creating a work manual for Cambodian Labours working demonstration to see an example and not using words to oppress. 3) Problems and obstacles on communication between Cambodian and Thai workers in Chanthaburi Province, such as knowledge and thinking barriers. Obstacles to attitudes and feelings and behavioral barriers.

Keywords: Intercultural communication living Cambodian labours

บทนำ

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าแรงงานต่างด้าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับโครงสร้างและการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะแรงงานที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน 3 สัญชาติ ได้แก่ เมียนมา ลาว กัมพูชา และได้กระจายไปอยู่ในหลายๆ ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่ใช้กำลังแรงงานสูงส่วนหนึ่งจากค่านิยมที่คนไทยรุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดแรงงานเลือกที่จะทำงานที่ใช้กำลังน้อยกว่า อีกทั้งประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้จำนวนแรงงานไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ผู้ประกอบการจึงเลือกใช้แรงงานต่างด้าวทดแทน ประกอบกับแรงงานไทยมี นิยมทำงานลักษณะงานหนักและงานเสี่ยง ซึ่งเรียกว่า “งาน 3D” คือ 1) Difficult เป็นงานหนักที่ต้องใช้ความลำบากและใช้ความอดทนสูง 2) Dirty เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งสกปรกและอยู่ในสภาวะที่ไม่ถูกสุขลักษณะ และ 3) Dangerous เป็นงานเสี่ยงอันตรายที่ต้องใช้ความเสี่ยงและอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย เช่น กรรมกรในกิจการประมง กรรมกรทั่วไป กรรมกรในกิจการโรงงาน กรรมกรในกิจการเกษตรพืชสวนและพืชไร่ กรรมกรในกิจการปศุสัตว์ ก่อสร้าง โรงสีโรงน้ำแข็ง เหมืองแร่ งานใต้น้ำ งานในป่า

ลึก คนทำความสะอาด เป็นต้น (องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน, 2552) อีกทั้งลักษณะทางภูมิประเทศของประเทศไทยที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งทางบกและทางน้ำ โดยติดต่อกับประเทศเมียนมา กัมพูชา และมาเลเซีย ทำให้ประชาชนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน สามารถเดินทางไปมาหาสู่กันได้ง่ายยังเป็นปัจจัยดึงดูดให้แรงงานจากประเทศที่ด้อยกว่าทางเศรษฐกิจ เดินทางเข้ามาเพื่อเติมช่องว่างของการขาดแคลนแรงงานในประเทศไทย (เสาวธาร โพธิ์กลัด, 2554)

รัฐบาลไทยและรัฐบาลประเทศเมียนมา ลาว และ กัมพูชา ได้ทำบันทึกข้อตกลงการนำเข้าแรงงานถูกกฎหมาย (MOU ย่อมาจาก Memorandum of Understanding หรือ บันทึกความเข้าใจ) ในปี พ.ศ. 2546 (ทรงพันธ์ ต้นตระกูล, 2557) ต่อมายุทธศาสตร์การบริหารแรงงานต่างด้าวทั้งระบบจึงเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยกำหนดจุดมุ่งหมาย “การใช้แรงงานต่างด้าวถูกกฎหมาย” ด้วยการ “พิสูจน์และรับรองสัญชาติ” และ “นำเข้าสู่ระบบการจ้างที่ถูกกฎหมาย” แต่มาตรการเหล่านี้ยังไม่สามารถแก้ปัญหาและทำให้แรงงานต่างด้าว

ที่หลบหนีเข้าเมืองหมดไปได้อย่างแท้จริง เพราะแม้ว่าจะสามารถพิสูจน์และรับรองสัญชาติแรงงานต่างด้าวในประเทศได้ทั้งหมดก็ไม่ได้หมายความว่าไม่มีแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้ามาอีก สำนักบริหารแรงงานต่างด้าวกรมการจัดหางานฉบับประจำเดือนธันวาคม 2562 ระบุว่า ประเทศไทยมีแรงงานต่างด้าว ที่ได้รับอนุญาตทำงานทั่วราชอาณาจักรปี 2562 รวมทั้งสิ้น 3,005,376 คน (กรมการจัดหางานจังหวัดจันทบุรี, 2562) ซึ่งเป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนๆ หากดูสถิติย้อนหลังตั้งแต่ปี 2556-2562 พบว่า มีแรงงานต่างด้าวทำงานในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดจันทบุรีก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ที่เหมาะสมกับการทำเกษตร การประมง และการท่องเที่ยว รวมถึงพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นเขตพื้นที่สีเขียวและได้รับ การประกาศให้เป็นจังหวัดที่มุ่งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างชัดเจน ทั้งป่าไม้ น้ำตกภูเขา ทะเล อีกทั้งยังไม่มีการจัดตั้งโรงงานในจังหวัดที่จะก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นแหล่งผลิตอัญมณีที่มีชื่อเสียงของประเทศ โดยมีช้างเผือกดีเยี่ยมชาญการเจียรไนพลอยส่งผลให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี, 2561) แต่ที่ผ่านมาจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นภาคเกษตรภาคการประมงและภาคบริการ ซึ่งแรงงานต่างด้าวเป็นแรงงานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และจากการที่มีลักษณะภูมิประเทศติดกับประเทศเพื่อนบ้านทำให้แรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรีเพิ่มมากขึ้น (วัชรินทร์ ยงศิริ, 2547) จากการสำรวจสถิติของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าวของกรมการจัดหางาน พบว่า มีแรงงานต่างด้าวสัญชาติกัมพูชาที่ได้รับอนุญาตทำงานถูกต้องตามกฎหมาย ในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 16,190 คน โดยแบ่งเป็นแรงงานกัมพูชาประเภทพิสูจน์สัญชาติ จำนวน 4,099 คน แรงงานกัมพูชาประเภทนำเข้าตาม MOU จำนวน 3,295 คน และเป็นแรงงานกัมพูชาที่เข้ามาทำงานในลักษณะไป – กลับ หรือตามฤดูกาล จำนวน 8,796 คน (กรมการจัดหางานจังหวัดจันทบุรี, 2562)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันในโลกแคบลงทุกที ผู้คนที่อาศัยอยู่ในโลกวันนี้จึงเหมือนคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านโลกเดียวกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างกันจึงเป็นเรื่องที่มวลมนุษยชาติต้องคำนึงถึงสาเหตุเพราะได้เกิดความหลากหลายทาง

ชาติพันธุ์และวัฒนธรรม โลกกำลังก้าวไปสู่ความเป็นสากลที่เราต้องมองหาจุดร่วมเพื่อนำโลกของเราไปสู่ความสงบสุข เสรีภาพ และสันติภาพ แม้จะมีความแตกต่างและความหลากหลายของมนุษยชาติทั้งในด้านการปกครอง เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา อาจเป็นสาเหตุนำมาซึ่งความไม่เข้าใจในการสื่อสารระหว่างกัน แต่ความจำเป็นในการที่เราจะต้องศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน จึงมีความสำคัญเพราะเป็นการลดช่องว่างระหว่างกันซึ่งเกิดขึ้นได้ระหว่างกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกัน หลายครั้งที่ความไม่เข้าใจในพื้นฐานของอีกฝ่ายได้เป็นสาเหตุแห่งการนำไปสู่การสื่อสารที่ผิดพลาดและบกพร่อง และส่งผลกระทบต่อก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรงตามมา แรงงานชาวกัมพูชาก็เช่นกัน เมื่อมีการย้ายมาทำงานในจังหวัดจันทบุรี ต่างก็จะต้องพบกับปัญหามากมาย โดยเฉพาะปัญหา ด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เพราะภาษาเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างคนไทยกับแรงงานชาวกัมพูชา ซึ่งแรงงานชาวกัมพูชามีปฏิสัมพันธ์กับคนไทยน้อย และจะมีการติดต่อกับคนไทยเท่าที่จำเป็น (นภาพร อติวานชยพงศ์ และคณะ, 2560)

ทั้งนี้ การติดต่อสื่อสารของคนที่มาจากวัฒนธรรมแตกต่างกัน เป็นสิ่งสำคัญในสังคม ดังนั้น แนวคิดและการปฏิบัติเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมต่างมีความสำคัญเนื่องจากบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมมีการแสดงออกและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้การศึกษาและการทำความเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตลอดจนกระบวนการที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะช่วยลดความเข้าใจผิดในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี การสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชาขึ้น จึงถือว่าเป็นส่วนสำคัญและมีความจำเป็นต่อการศึกษาเรื่อง การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่า เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และความสุขต่อการใช้ชีวิตร่วมกัน ดังนั้น แรงงานชาวกัมพูชาต้องมีการเรียนรู้ถึงการสื่อสารท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในการที่จะสามารถปรับตัวอยู่ภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลาย แปรกลมใหม่ ได้อย่างราบรื่น เพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะสามารถลดความเครียดของแรงงานชาวกัมพูชาและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นด้วย

จากเหตุผลข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงาน

ชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี” เพื่อนำความรู้และข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยไปเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงงานกัมพูชา ให้ได้ทราบถึงข้อมูลการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อสร้างความเข้าใจการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมระหว่างแรงงานชาวกัมพูชากับผู้ที่เกี่ยวข้องที่เป็นคนไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและระมัดระวังการรับรู้ที่ผิดพลาดซึ่งอาจก่อให้เกิดผลทางลบได้ อีกทั้งนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชา รวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารและสร้างความเข้าใจอันดีทั้งคนไทยและแรงงานชาวกัมพูชาที่ทำงานร่วมกัน เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและทำให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการการสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชา กับคนไทยในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของคนไทยกับแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารร่วมในการใช้ชีวิตระหว่างแรงงานชาวกัมพูชาและคนไทยในจังหวัดจันทบุรี

นิยามศัพท์

การสื่อสารวัฒนธรรมร่วม หมายถึง การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ระหว่างแรงงานชาวกัมพูชากับคนไทยที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

การใช้ชีวิต หมายถึง ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของแรงงานชาวกัมพูชาบนพื้นฐานวัฒนธรรมของสังคมไทย โดยแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ผ่านบริบททางการสื่อสาร ในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ การทำงาน การใช้จ่ายใช้สอย การพูดคุยระหว่างกัน ของแรงงานชาวกัมพูชาด้วยตนเองกับแรงงานชาวไทย การหาความสุข ความบันเทิง การเปิดรับสื่อ ตลอดจนรับบริการภาครัฐของคนไทย ทั้งเรื่องการเข้า – ออก ระหว่างประเทศ การรักษาพยาบาล และการเข้าถึงสวัสดิการต่าง ๆ

แรงงานกัมพูชา หมายถึง บุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติกัมพูชา ที่เข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรี ครอบคลุม บริเวณ 3 พื้นที่ ในประเภท 3 กิจการ ได้แก่ ภาคการเกษตร (อำเภอ

โป่งน้ำร้อน) ภาคการประมง (อำเภอแหลมสิงห์) ภาคการบริการ (อำเภอเมืองจันทบุรี) ทั้งนี้ แรงงานชาวกัมพูชา คือ กลุ่มที่ไม่มีอิทธิพล เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจต่ำกว่าในขณะที่คนไทย คือ กลุ่มที่มีอิทธิพล หรือเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจ เนื่องจากเป็นคนกลุ่มใหญ่ และเป็นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งคนทั้งสองกลุ่มนี้ ต่างมีวัฒนธรรมของตนเอง แต่ต้องมาใช้ชีวิตร่วมกันและมีการสื่อสารกันผ่านการใช้ภาษา (วัจนภาษา) และอากัปกิริยา ท่าทาง (อวัจนภาษา)

กลุ่มคนไทย หมายถึง ผู้ประกอบการ นายจ้าง เพื่อนร่วมงานคนไทย พ่อค้าแม่ค้า เจ้าหน้าที่พยาบาล ตำรวจและตำรวจตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) กำนันผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่สำนักงานแรงงานจังหวัดจันทบุรี ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี” เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาเนื้อหา การสื่อสาร การสื่อสารวัฒนธรรมร่วม ปัญหาและอุปสรรค การใช้ชีวิตของแรงงานกัมพูชาและคนไทย

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จังหวัดจันทบุรี โดยเลือกพื้นที่ใน 3 อำเภอ คือ อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอแหลมสิงห์ และอำเภอเมืองจันทบุรี โดยการเลือกพื้นที่แบบเจาะจงเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างภาคการเกษตร ภาคประมง และภาคการบริการ ด้วยเหตุผลสนับสนุน ดังต่อไปนี้

1. อำเภอโป่งน้ำร้อน เป็นพื้นที่ที่มีการทำการเกษตรมากที่สุดของจันทบุรี พร้อมทั้งการจัดระเบียบแรงงานกัมพูชาที่ประสบความสำเร็จแห่งเดียวและแห่งแรกของจันทบุรี ภายใต้อชชช “โมเดลโป่งน้ำร้อน จันทบุรี” พื้นที่ส่วนใหญ่ของอำเภอติดกับประเทศกัมพูชา มีจำนวนแรงงานกัมพูชามากที่สุด ที่เข้ามารับจ้างทำการเกษตร (อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี, 2562)

2. อำเภอแหลมสิงห์ เป็นอำเภอที่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเล อาชีพส่วนใหญ่ทำการประมงและเป็นแหล่งประมงที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี เพื่อการค้าภายในจังหวัดและการส่งออกประเทศเพื่อนบ้าน แรงงานทำการประมงคือ แรงงานกัมพูชา

3. อำเภอเมืองจันทบุรี เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้า การท่องเที่ยว การค้าอัญมณี การบริการ ระดับจังหวัดและระดับประเทศ ส่งผลให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยตลอดทั้งปี การเติบโตของสังคมเมืองของจังหวัดที่มีความต่อเนื่อง ทำให้ขาดแคลนแรงงานภายในจังหวัดมาโดยตลอด

ขอบเขตด้านประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ แรงงานชาวกัมพูชา และกลุ่มคนไทย ดังนี้

1. แรงงานชาวกัมพูชา จำนวน 15 คน ที่เข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรี ขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย โดยทำงานใน 3 ประเภทสำคัญของจังหวัดจันทบุรี คือ 1) ภาคการเกษตร จำนวน 5 คน (พื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน) 2) ภาคการประมง จำนวน 5 คน (พื้นที่อำเภอแหลมสิงห์) 3) ภาคการบริการ จำนวน 5 คน (พื้นที่อำเภอเมืองจันทบุรี) โดยศึกษาเฉพาะแรงงานกัมพูชาที่พูดภาษาไทยได้เพื่อความสะดวกในเก็บข้อมูล เพศหญิง และเพศชาย อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากบรรลุนิติภาวะแล้วและเป็นช่วงจ้างทำงาน

2. กลุ่มคนไทย จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการนายจ้าง จำนวน 3 คน เพื่อนร่วมงานคนไทย จำนวน 2 คน พ่อค้าแม่ค้า จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่พยาบาล จำนวน 2 คน ตำรวจภูธรและตำรวจตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) จำนวน 2 คน กำนันผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงานแรงงานจังหวัดจันทบุรี จำนวน 2 คน โดยกลุ่มคนไทยดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับแรงงานกัมพูชาที่เดินทางเข้ามาใช้ชีวิตในจังหวัดจันทบุรี และมีประสบการณ์ตรงในการสื่อสารกับแรงงานกัมพูชา

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดการสื่อสารเป็นการศึกษาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารไว้ 4 ประการ ดังนี้ 1) ผู้ส่งสาร 2) ข่าวนสาร 3) ช่องทางการสื่อสาร และ 4) ผู้รับสาร เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวนสาร ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามเช่นเดียวกับการใช้ชีวิตร่วมกันระหว่างคนไทยและแรงงานชาวกัมพูชาที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการทำงาน การมีปฏิสัมพันธ์ ตลอดระยะเวลาที่ต้องใช้ชีวิตด้วยกันด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

แนวคิดอำนาจ อำนาจที่ครอบงำบุคคลและสถาบันต่างๆ เพื่อยืนยันว่าอำนาจนั้นปฏิบัติการอยู่ทุกระบวนการ และอาจจะไปสถิตอยู่ในความสัมพันธ์ย่อยๆ ขนาดเล็ก หรือไปสวมทับอยู่ในร่างกายของคนด้วยกรอบความรู้ ในการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชานั้นย่อมมีการสัมผัสกับอำนาจทั้งของตนเองและของคนไทยที่ต้องใช้ชีวิตร่วมกัน การเรียนรู้ที่ใช้อำนาจและเป็นผู้อยู่ภายใต้อำนาจจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารทำหน้าที่สื่อความหมาย

แนวคิดคุณภาพชีวิตคือความเป็นอยู่ทั่วไปของปัจเจกบุคคลที่แสดงถึงความพึงพอใจในชีวิตที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดหาสิ่งจำเป็นต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยจำเป็นในการดำรงชีพ ซึ่งจะช่วยให้ชีวิตดำรงอยู่ได้อย่างดีตามฐานะของตน เป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีความสำคัญและจำเป็นต่อบุคคลและสังคม เป็นสิ่งที่บุคคลสามารถกำหนด สร้างเกณฑ์มาตรฐานเพื่อให้ระดับการมีคุณภาพชีวิตดีขึ้นได้

ทฤษฎีการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมเป็นการค้นหากระบวนการที่สมาชิกของกลุ่มวัฒนธรรมร่วมเลือกปฏิบัติ การสื่อสาร เมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ภายในโครงสร้างของสังคมที่พวกเขาไม่มีอิทธิพล ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนไทยซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลและกลุ่มแรงงานชาวกัมพูชา ผู้ซึ่งไม่มีอิทธิพล ภายใต้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้วิธีการสื่อสาร 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผลที่ต้องการจากการสื่อสาร 2) ประสบการณ์ชีวิต 3) ความสามารถ 4) บริบทของสถานการณ์ 5) สิ่งที่ได้มาและสิ่งที่เสียไป และ 6) วิธีการสื่อสาร

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของคนไทยในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มคนไทยโดยได้มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะที่เหมือนกัน กล่าวคือ ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างคนไทยในจังหวัดจันทบุรี โดยการเข้าไปพบกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างทำงานอยู่ เมื่อพบ กลุ่มตัวอย่าง จึงได้แนะนำตัวและ

อธิบายถึงจุดประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ พร้อมทั้งได้นัดหมาย วัน เวลา สถานที่ เพื่อที่จะทำการสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์ในวัน เวลา สถานที่ ตามที่กลุ่มตัวอย่างได้กำหนดไว้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทได้ระบุวัน เวลา สถานที่ที่จะทำการสัมภาษณ์ ภายหลังจากนัดหมายเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือไปในวันที่นัดหมาย ประกอบด้วย ปากกา สมุดจดบันทึก กล้องถ่ายรูป และเครื่องบันทึกเสียง ซึ่งก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการบอกจุดประสงค์ในครั้งนี้อย่างละเอียดและขออนุญาตทำการบันทึกข้อมูลโดยการจด บันทึกเสียงและขอถ่ายภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งระหว่างทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สังเกตเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อนำมาประกอบข้อมูลเพิ่มเติมพร้อมกับการบันทึกข้อมูลไว้ ซึ่งถ้าหากเวลาในการสัมภาษณ์ไม่เพียงพอหรือได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะทำการนัดกลุ่มตัวอย่างในวันถัดไป จนกระทั่งข้อมูลมีความสมบูรณ์ โดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียด เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลที่มีให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และทำการสรุปผลในขั้นตอนต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และอุปกรณ์การเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่มีลักษณะเป็นการซักถามข้อมูล สำหรับแรงงานกัมพูชาที่เข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรีและสำหรับกลุ่มคนไทย ซึ่งมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามลักษณะคร่าว ๆ การจดบันทึก และบันทึกเสียง โดยมุ่งตั้งข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและคำถามการวิจัยเป็นสำคัญ ข้อคำถามแบบเปิดกว้างและมีความยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้มีโอกาสบอกเล่าเรื่องราวของตนเอง ที่มีต่อการทำงานในจังหวัดให้ได้มากที่สุด โดยประเด็นการสัมภาษณ์นั้น จะใช้คำถาม 2 ชุด คือ ชุดแรก สำหรับแรงงานชาวกัมพูชา และชุดที่ 2 เป็นชุดของกลุ่มคนไทย

2.2 อุปกรณ์ประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกข้อมูล เสียงในการสัมภาษณ์ โดยจะขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการบันทึกเสียงทุกครั้ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันข้อมูลตกหล่น เนื่องจากผู้วิจัยบันทึกรายละเอียดจากการ

สัมภาษณ์ไม่ครบถ้วน (สุภางค์ จันทวานิช, 2555) และแบบบันทึกข้อมูล การสัมภาษณ์รวมถึง ปากกา สมุดจดบันทึก กล้องถ่ายรูป และเครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวก ให้ผู้วิจัยในการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์การสังเกต รวมถึงประเด็นความคิดเห็นต่างๆ

2.3 การทดสอบเครื่องมือ ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้นำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลจริง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในประเด็นคำถาม

2.4 การตรวจสอบข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และสรุปผลแล้ว กลับไปยังผู้ให้ข้อมูล อีกครั้ง เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลกลับมาตรวจสอบตามหลักและกระบวนการวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อความสมบูรณ์ ถูกต้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ทั้งในขณะเก็บรวบรวมข้อมูล และภายหลัง การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากได้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ แต่ละราย ดังขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 นำข้อมูลที่ถอดความจากเครื่องบันทึกเสียง

3.2 นำข้อมูลกลับมาอ่านพร้อมทั้งพิจารณาอีกครั้งอย่างละเอียด

3.3 รวบรวมข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้ในกลุ่มเดียวกัน

3.4 อธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดและครบถ้วน

3.5 ใช้วิธีการเขียนบรรยายในสิ่งที่พบเห็นอย่างละเอียดและชัดเจน

3.6 ตรวจสอบความตรงของข้อมูล

ผลการศึกษา

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ดังนี้

1. วิธีการสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชากับคนไทย ในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยสรุปว่า มีวิธีการสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ 1) วิธีการสื่อสารแบบการไม่แสดงออกให้เห็น 2) วิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็น และ 3) วิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็นชัดเจนมาก ผู้วิจัยขอสรุปรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 วิธีการสื่อสารแบบการไม่แสดงออกให้เห็น เป็นวิธีการสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชาที่แสดงพฤติกรรมต่อคนไทย โดยแสดงพฤติกรรมออกแบไม่เผชิญหน้า ไม่กล้าสื่อสาร ไม่กล้าพูด ไม่กล้าคุย ไม่กล้าถาม หรือไม่ได้ตอบ ตลอดจนแสดงพฤติกรรมควบคุมอารมณ์ตนเองเวลาโกรธ เวลาไม่พอใจ จะแสดงพฤติกรรมหลีกเลี่ยงโดยการหลบสายตา การนิ่งเฉย การไม่มองหน้า เนื่องจากความแตกต่างด้านวัฒนธรรมที่มีความยำเกรงเจ้านายหรือ เพราะถือว่านายจ้างเป็นผู้มีบุญคุณ เกิดความเกรงใจ วัฒนธรรม ในลักษณะนี้เป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นความยำเกรงผู้ที่อยู่เหนือกว่า

1.2 วิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็น เป็นวิธีการสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชาที่แสดงพฤติกรรมต่อคนไทย โดยแสดงพฤติกรรมเพื่อปรับตัวเข้าหา คนไทย ไม่ว่าจะเป็นการใช้ชีวิตหรือการทำมาหากินร่วมกันกับคนไทย การแต่งกายเลียนแบบคนไทย การรับประทานอาหารแบบคนไทย การยอมรับคนไทยในลักษณะที่เป็นเจ้าของประเทศ การหัดเรียนรู้อาษาไทย ทั้งพูด อ่าน และเขียน

1.3 วิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็นชัดเจนมาก เป็นวิธีการสื่อสารของแรงงานชาวกัมพูชาที่แสดงพฤติกรรมต่อคนไทย โดยแสดงพฤติกรรมออกให้เห็นชัดเจนเมื่อต้องการเจรจาต่อรอง การต่อต้าน การโต้แย้ง และการขัดขืน ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่จะเผชิญหน้า เพื่อแสดงการโต้แย้งที่เป็นเหตุเป็นผล และแสวงหาคำแนะนำ คิดหาวิธีแก้ไขร่วมกันเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา โดยการใช้อวัจนภาษาและวัจนภาษาเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด ถึงแม้จะเป็นการแสดงความรู้สึก แรงงานเหล่านี้จะถูกตำทำโทษหรือตำหนิตนเห็นแก่เพียงไร แรงงานชาวกัมพูชาก็ไม่เลือกวิธีการสื่อสารที่โจมตีด้วยการโต้เถียงอย่างรุนแรง เพราะเหตุผลหลักที่ว่านายจ้างมีอำนาจเหนือกว่า

2. กลยุทธ์การสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาของคนไทย ในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยสรุปว่า มีทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การใช้ล่ามแปลภาษา 2) จัดทำคู่มือการทำงานให้กับแรงงานชาวกัมพูชา 3) สาธิตการทำงานให้ดูเป็นตัวอย่าง 4) ไม่ใช่คำพูดกดขี่แรงงานชาวกัมพูชา ผู้วิจัยขอสรุปรายละเอียดในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

2.1 ใช้ล่ามแปลภาษา เป็นกลยุทธ์การสื่อสารของคนไทยที่มีต่อแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ซึ่งการใช้ล่ามในการแปลภาษา ก็คือ การที่มีหัวหน้าคนงานที่เป็นชาวแรงงานชาวกัมพูชา ที่มีคุณสมบัติที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางคอยรับคอยส่งสารจากผู้ประกอบการ นายจ้าง หรือกลุ่มคนไทยไปยังกับแรงงานชาวกัมพูชา ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานชาวกัมพูชาเพิ่มขึ้น และยังทำให้กลุ่มคนไทยกับแรงงานชาวกัมพูชา มีการสื่อสารกันอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2.2 จัดทำคู่มือการทำงานให้กับแรงงานชาวกัมพูชา เป็นกลยุทธ์การสื่อสารของคนไทยที่มีต่อแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ซึ่งในคู่มือนั้นประกอบไปด้วยรูปภาพประกอบอย่างง่าย และมีคำอธิบายประกอบสั้น ๆ เป็นภาษาของแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อให้เข้าใจ ถึงวิธีการทำงานพื้นฐานและการปฏิบัติงาน การจัดทำคู่มือการทำงานเป็นประโยชน์กับแรงงานชาวกัมพูชาอย่างมาก เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถพกพาได้ และสามารถเปิดอ่านได้ตลอดเมื่อมีข้อสงสัย คู่มือการทำงานช่วยให้การสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชามีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 สาธิตการทำงานให้ดูเป็นตัวอย่าง เป็นกลยุทธ์การสื่อสารของคนไทยที่มีต่อแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการสาธิตดังกล่าวเป็นการอธิบายและแสดงวิธีการทำงานให้แรงงานชาวกัมพูชาดูเป็นตัวอย่างไปพร้อมกัน ซึ่งวิธีการสาธิต จะเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีและแม่นยำมากที่สุด ซึ่งจะเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด ทั้งนี้ในการอธิบายของขั้นตอนในการสาธิตก็จะมีล่ามแปลให้แรงงานชาวกัมพูชาฟัง และจะเปิดโอกาสให้แรงงานชาวกัมพูชาได้สอบถามข้อสงสัยกับผู้ที่มีการสาธิตโดยตรง นอกจากนี้สามารถอาจมีการอัดวิดีโอเก็บไว้ดูซ้ำและใช้เป็นสื่อการสอนให้กับแรงงานชาวกัมพูชาที่เพิ่งเข้ามาทำงานใหม่ได้อีกด้วย ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีอย่างยิ่ง เนื่องจากแรงงานชาวกัมพูชาได้เห็นภาพและได้ยินเสียงชัดเจน ลดการผิดพลาดของงานที่เกิดขึ้นเป็นอย่างมาก

2.4 ไม่ใช่คำพูดกดขี่แรงงานชาวกัมพูชา เป็นกลยุทธ์การสื่อสารของคนไทยที่มีต่อแรงงานชาวกัมพูชา เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ คือ ในการทำงานทุกอาชีพของแรงงานไม่มีอาชีพไหนที่ต้องการได้ยินคำพูดที่กดขี่ข่มเหงตัวเอง แม้กระทั่งคนไทยด้วยกันเอง ก็ไม่ชอบคำพูดกดขี่ข่มเหง ซึ่งแรงงานชาวกัมพูชาก็ไม่ต่างอะไรกับคนไทย ถึงแม้ว่าแรงงานชาวกัมพูชา

บางคนจะยังไม่เข้าใจในการสื่อสารกับผู้ประกอบการ นายจ้าง หรือกลุ่มคนไทย พูดอะไร แต่ลักษณะการทำทางต่าง ๆ ก็จะทำให้แรงงานชาวกัมพูชาเหล่านั้นรู้ได้ว่าเป็นคำไม่ดี เป็นคำไม่สุภาพซึ่งถ้าหากกลุ่มคนไทยพูดกลับ ใช้คำหยาบคาย ก็จะทำให้แรงงานชาวกัมพูชามีปฏิกิริยาต่อคนไทยไม่ดีขึ้น อาจเกิดการต่อต้าน การไม่ยอมรับฟังจากแรงงานก็เป็นไปได้ จึงทำให้การสื่อสารไร้ประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการ นายจ้างหรือกลุ่มคนไทย จึงควรใช้คำพูดหรือวลีภาษาอย่างเหมาะสม และสุภาพ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารประกอบกับควรใช้ภาษาท่าทางหรืออวัจนภาษา ด้วยการแสดงออกจาก สีหน้า แววตา อย่างสุภาพอ่อนจะช่วยให้แรงงานชาวกัมพูชาเกิดการรับรู้และใส่ใจในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารที่ดีระหว่างคนไทยและแรงงานชาวกัมพูชา

3. ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารร่วมในการใช้ชีวิต ระหว่างแรงงานชาวกัมพูชาและคนไทยในจังหวัดจันทบุรี สรุปได้ว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบไปด้วย 1) อุปสรรคด้านความรู้และความคิด 2) อุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก และ 3) อุปสรรคด้านพฤติกรรม โดยผู้วิจัยสรุปรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

3.1 อุปสรรคด้านความรู้และความคิด แรงงานชาวกัมพูชาที่เพิ่งจะเข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรี พบว่า มีปัญหาด้านการสื่อสาร ด้านภาษา อาหารการกิน รวมถึงวิถีชีวิต ประจำวัน และวิถีชีวิตการทำงาน เนื่องจากมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน จึงเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน

3.2 อุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก แรงงานชาวกัมพูชาที่เข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรีมี การรับรู้ที่ขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากแรงงานชาวกัมพูชาไม่ยอมรับเปลี่ยนแปลงวิธีคิด ซึ่งคิดแต่แบบเดิม ๆ เก่า ๆ ในแบบวัฒนธรรมของตนเองหรือคิดแบบเหมารวม จึงทำให้แรงงานกัมพูชากับแรงงานชาวไทย มีทัศนคติและความรู้สึกไม่ดีต่อกันทำให้เกิดการแบ่งกลุ่มชัดเจน ส่งผลต่ออุปสรรคในการสื่อสาร เพราะทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดี จึงมีความรู้สึกที่ไม่อยากสื่อสาร ถ้าหากจำเป็นต้องมีการสื่อสาร ก็จะทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารตามมา

3.3 อุปสรรคด้านพฤติกรรม แรงงานชาวกัมพูชาที่เข้ามาทำงานในจังหวัดจันทบุรีนั้นไม่ใส่ใจเรียนรู้วัฒนธรรมและ

สิ่งต่าง ๆ รอบตัว แต่จะเลือกหลบเลี่ยงพบเจอคนแปลกหน้าที่เป็นคนไทย ไม่พยายามปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในวัฒนธรรมไทย ซึ่งยึดติดกับความคิด ความเชื่อ และกรอบที่เคยปฏิบัติ ขาดการยืดหยุ่น ซึ่งแรงงานชาวกัมพูชาเป็นคนขี้เกรงใจ ไม่กล้าแสดงออก ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา เนื่องเข้ามาอยู่ในประเทศไทยในฐานะแรงงาน และมีวัฒนธรรมแตกต่างจากประเทศกัมพูชา ซึ่งต่างจากลักษณะนิสัยเบื้องต้นของคนไทย จึงเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างการทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน ลักษณะพฤติกรรมที่เขินอาย ไม่กล้าตอบ เพราะกลัวผิด ทำให้เกิดปัญหาไม่สามารถเข้าถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ จนบางครั้งกลายเป็นพฤติกรรมปฏิเสธและไม่ตอบสนองการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ จึงทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างการทำงานและใช้ชีวิตประจำวันของแรงงานชาวกัมพูชากับคนไทย

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น สามารถนำไปสู่การอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. วิธีการสื่อสารกับคนไทยของแรงงานชาวกัมพูชา ในจังหวัดจันทบุรี มีวิธีการสื่อสารแบบการไม่แสดงออกให้เห็น วิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็น และวิธีการสื่อสารแบบการแสดงออกให้เห็นชัดเจนมาก เนื่องจากแรงงานชาวกัมพูชา มีความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ดังนั้น การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมจึงเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนไม่มีอิทธิพลกับกลุ่มมีอิทธิพล วิธีการสื่อสารจึงมีทั้งแบบไม่แสดงออก แสดงออกให้เห็นและการแสดงให้เห็นชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในมิติของ Mark P. Orbe (1998 อ้างถึงใน พิรยุทธ โอพันธ์, 2551) โดยแบ่งวิธีการสื่อสารออกเป็นทั้งหมด 3 แนวทาง คือ 1) การไม่แสดงออกให้เห็น 2) การแสดงออกให้เห็น และ 3) การแสดงออกให้เห็นชัดเจนอย่างมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของพิรยุทธ โอพันธ์ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมลายูในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยและชาวมลายูเชื้อสายไทยในรัฐกลันตันประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมลายูและชาวมลายูเชื้อสายไทยแสดงภาพรวมที่เหมือนกัน คือ สามารถ

จำแนกตามเกณฑ์วิธีการสื่อสารได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ การสื่อสารในลักษณะที่ไม่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจนแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน และแสดงออกให้เห็นชัดเจนเป็นอย่างมาก

2. กลยุทธ์การสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาของคนไทยในจังหวัดจันทบุรี มีกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยการใช้ล่ามแปลภาษา การจัดทำคู่มือการทำงานให้กับแรงงานชาวกัมพูชา การสาธิตการทำงานให้ดูเป็นตัวอย่าง และการไม่ใช้คำพูดกดขี่แรงงานชาวกัมพูชา เนื่องจากการสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาจำเป็นต้องใช้ความละเอียดอ่อนและความเข้าใจมากกว่าการสื่อสารกับลูกจ้างทั่ว ๆ ไป เพราะข้อจำกัดด้านภาษาและความแตกต่างของวัฒนธรรม ดังนั้นกลยุทธ์ในการสื่อสารหรือการให้ความสำคัญและความใส่ใจในขั้นตอนการทำงานส่งผลให้การทำงานกับแรงงานชาวกัมพูชาเป็นเรื่องง่าย และช่วยให้ผู้ประกอบการ นายจ้างสามารถสื่อสารกับแรงงานกัมพูชาได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอนันต์ พันนึก (2554) กล่าวว่า การแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารประกอบด้วย ต้องมีความเข้าใจเรื่องที่ต้องการสื่อสาร วางแผนการสื่อสารอย่างเหมาะสม การใช้น้ำเสียง ความหนักแน่น ความดังของเสียงที่ใช้ในการสื่อสารอย่างเหมาะสมและการเป็นผู้ฟังที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ สุรพงษ์พิทักษ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในไซต์ก่อสร้าง ผลการวิจัยพบว่า วิธีการสื่อสารในโครงการแบ่งออกเป็น 5 วิธี ได้แก่ 1) การให้หัวหน้าคนงานต่างด้าวทำหน้าที่ล่าม 2) การใช้แบบก่อสร้างภาษาอังกฤษ 3) การสาธิต 4) การจำลองตัวอย่างชิ้นงาน และ 5) การใช้คู่มือ

3. ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารร่วมในการใช้ชีวิตระหว่างแรงงานชาวกัมพูชาและคนไทยในจังหวัดจันทบุรี ประกอบไปด้วย อุปสรรคด้านความรู้และความคิด อุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก และอุปสรรคด้านพฤติกรรม เนื่องจากแรงงานกัมพูชาสามารถพูด ฟัง ภาษาไทยได้บ้างแต่ไม่เข้าใจอย่างชัดเจน ประกอบกับคนไทยก็สามารถสื่อสารกับแรงงานชาวกัมพูชาได้บ้างเป็นบางครั้ง ทั้งนี้ในเวลาทำงานก็จะมีล่ามในการแปลภาษา แต่ถ้าในการใช้ชีวิตประจำวันทีนอกเหนือเกี่ยวกับงานก็จะต่างคนต่างสื่อสารกันโดยปราศจากล่าม ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาการสื่อสารในการใช้ชีวิต ความรู้ ความคิด ทัศนคติ ความรู้สึก รวมไปถึงพฤติกรรม ระหว่างแรงงานชาวกัมพูชากับคนไทย

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเมตตา วิวัฒนานุกูล (2548) กล่าวถึงปัญหาของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มาจากคนละวัฒนธรรมก็คือ วัฒนธรรมที่ต่างกัน ที่มีผลต่อความแตกต่างในการรับรู้ และการตีความสารที่ได้รับการขาดประสบการณ์ร่วมกัน หรือมีกรอบอ้างอิงที่ต่างกัน จึงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความไม่เข้าใจกัน นอกจากนี้ยังมีสาเหตุอื่นๆ อีกมากมายที่เป็นอุปสรรคและก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสารกับบุคคลต่างวัฒนธรรมซึ่งพอสรุปปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) อุปสรรคด้านความรู้และความคิด 2) อุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก 3) อุปสรรคด้านพฤติกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมา คิมประโคน (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารข้ามเชื้อชาติระหว่างคนไทยและคนไทยเชื้อสายอินเดีย ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างคนไทยและคนไทยเชื้อสายอินเดียนั้น คือ ปัญหาความรู้และความเข้าใจ ปัญหาด้านทัศนคติและความรู้สึกและปัญหาด้านพฤติกรรม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกัมพูชาในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ประกอบการและนายจ้างควรมีการจัดกิจกรรมสันทนาการ กิจกรรมกีฬา จัดงานวันสำคัญต่าง ๆ ให้กับแรงงานชาวกัมพูชาได้ร่วมสนุกกับคนไทย เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อแรงงานชาวกัมพูชา และเพื่อเป็นการลดพฤติกรรมที่โกรธหรือรุนแรงต่อกัน อันเป็นการสร้างมิตรภาพสร้างพฤติกรรมที่ดีต่อกันภายในอนาคตได้

2. ผู้ประกอบการและนายจ้างควรมีการอบรมทั้งแรงงานชาวกัมพูชาและแรงงานคนไทย เพื่อให้แรงงานทุกคนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ได้รู้และเข้าใจถึงวิธีการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมมากขึ้น ได้รู้จักการแก้ปัญหาและอุปสรรค การสื่อสารในด้านความรู้ ความคิด ทัศนคติ ความรู้สึกและพฤติกรรม อันจะก่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาการเรียนรู้ความเข้าใจ ความคิด ทัศนคติ ความรู้ การปรับตัวทางพฤติกรรมร่วมกัน เพื่อที่จะให้สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกันได้อย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยปราศจากปัญหาต่าง ๆ

3. ผู้ประกอบการและนายจ้างควรจัดหาลำเนาะภาษา โดยผู้ประกอบการอาจให้หัวหน้างานซึ่งเป็นแรงงานชาวกำพูชาที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้เป็นอย่างดีและมีประสบการณ์ในการทำงานทำหน้าที่เป็นล่าม ประกอบกับควรจัดทำคู่มือการทำงานให้กับแรงงานชาวกำพูชาเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถพกพาได้และสามารถเปิดอ่านได้ตลอดเมื่อมีข้อสงสัยพร้อมกับควรสาธิตการทำงานให้ดูเป็นตัวอย่าง เพื่อลดโอกาสเกิดความผิดพลาดของงาน และควรใช้คำพูดที่เป็นเหตุเป็นผล พูดให้กำลังใจ เพื่อให้แรงงานชาวกำพูชารู้สึกอยากทำงานและตั้งใจทำงานอย่างขยันขันแข็งอันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแรงงานชาวกำพูชาควรมีการปรับทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมของแรงงานกำพูชาอย่างรอบด้าน เช่น การเรียนรู้ภาษาพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันของแรงงานกำพูชาภายในหน่วยงานที่ต้องให้บริการแรงงานกำพูชาทั้งทางตรงและทางอ้อม ความ

อดทน อดกลั้น เพื่อทำหน้าที่รับฟังปัญหาของแรงงานกำพูชาที่มีต่อการรับบริการจากหน่วยงาน เพื่อปรับปรุงการสื่อสาร การบริการ และการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งไม่สามารถระบุข้อมูลได้อย่างชัดเจนว่าแรงงานชาวกำพูชาใช้วิธีการสื่อสารแบบไหนมากที่สุด หรือ คนไทยใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบไหนมากที่สุด รวมถึงไม่ทราบว่ามีปัญหาและอุปสรรคระหว่างคนไทยกับแรงงานชาวกำพูชา เป็นแบบไหนมากที่สุด ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องเดิมแต่เป็นเชิงปริมาณเพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลที่ละเอียด ที่เจาะลึกเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. พื้นที่ในการเก็บข้อมูลทำวิจัยในครั้งนี้ คือ จังหวัดจันทบุรี เท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นที่มีแรงงานชาวกำพูชาทำงานอยู่ เพื่อให้เห็นภาพ การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมในการใช้ชีวิตของแรงงานชาวกำพูชาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กุลพร หิรัญบุรณะ. (2556). บทความวิจารณ์ Intercultural Communication: Globalization and Social Justice. วารสารวิชาการของสถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 12(3), 111-116.
- ทรงพันธ์ ต้นตระกูล. (2557). รูปแบบการนำเข้าแรงงานต่างด้าวเพื่อทำงานในประเทศไทยจากมุมมองนายจ้างในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐกานต์ สุรพงษ์พิทักษ์. (2560). การสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในไซต์ก่อสร้าง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภาพร อติวานิชยพงศ์และคณะ. (2560) แรงงานเพื่อนบ้านกับคนไทย : ทำงานและอยู่ร่วมกันด้วยความเข้าใจ. วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์.
- ปัทมดา คิมประโคน. (2551). การสื่อสารข้ามเชื้อชาติระหว่างคนไทยและคนไทยเชื้อสายอินเดีย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิรยุทธ โอรรถ. (2551). การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมลายูในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยและชาวมาเลเซียเชื้อสายไทยในรัฐกลันตันประเทศมาเลเซีย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เมตตา วิวัฒนากุล. (2548). การสื่อสารต่างวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรินทร์ ยงศิริ. (2547). เอเชียรายปี. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดจันทบุรีและการเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจจันทบุรี โดยใช้สี่เสาหลักเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อน. สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี.

สุภางค์ จันทวานิช. (2555). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสาวธาร โพธิ์กลัด. (2554). ปัญหาของแรงงานข้ามชาติกรณีศึกษาแรงงานข้ามชาติสัญชาติพม่าในเขตพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

โครงการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี.

องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน. (2552). *การย้ายถิ่นข้ามชาติในประเทศไทย ฉบับปี 2552*. พิมพ์ลักษณะ.

อนันต์ พันนึก. (2554). *การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร Human Resource Management Strategies of the Construction Industry in Bangkok

อรุณ ศรีระยับ¹ อรุณ รักธรรม² เพ็ญศรี ฉิรินัง³ และ ชาญ ธาระวาส⁴

Arun Srirayup, Arun Raktham, Phensri Chirinang and Charn Tharawas

Article History

Received: October 08, 2021

Revised: December 25, 2021

Accepted: February 03, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร 4. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของพนักงานอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการวางแผน ในการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร ปัจจัยในด้านการพัฒนาบุคลากร ปัจจัยในด้านการกระตุ้นจูงใจบุคลากร ปัจจัยในด้านการประเมินผลการทำงานตามศักยภาพและประสิทธิภาพของงาน 2. คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ในเรื่องให้ความร่วมมือกับองค์กร หรือหน่วยงานอื่นในการกระทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์ องค์กรมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ช่วยเหลือสังคมโดยรวม และองค์กรมีส่วนช่วยให้ครอบครัวของพนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร 3. ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ในเรื่องมีความภูมิใจที่จะบอกผู้อื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรนี้ และพูดให้ผู้อื่นฟังเสมอว่าองค์กร เป็นองค์กรที่น่าร่วมงานด้วย เป้าหมายขององค์กรสอดคล้องกับเป้าหมายของพนักงาน มีความสัมพันธ์

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Doctoral Student in Public Administration, Rajamangala Rattanakosin College of Innovative Management, E-mail:
arun_tu_gec@hotmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Associate Professor, Doctor of Public Administration, Rajamangala Rattanakosin College of Innovative Management

³ ศาสตราจารย์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Professor, Doctor of Public Administration, Rajamangala Rattanakosin College of Innovative Management

⁴ นักวิชาการ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Academic Officer, Doctor of Public Administration, Rajamangala Rattanakosin College of Innovative Management

มากที่สุดกับการรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร 4. กลยุทธ์การรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพการวางแผนการสรรหาของทรัพยากรมนุษย์ กลยุทธ์การคัดเลือกทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน และ กลยุทธ์การเสริมสร้างให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขและผูกพันกับองค์กร

คำสำคัญ: กลยุทธ์การรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร

Abstract

The objectives of this research were to: 1. Analyze the factors affecting employee retention with the organization. 2. To study the relationship of quality of life at work with employee retention with the organization. 3. To study the relationship of the relationship with the organization with keeping employees with the organization 4. Present Strategies for employee retention in the organization of construction industry workers in Bangkok. The researcher used a combination of research methods. The research findings were as follows: 1. Factors affecting employee retention in the organization consisted of planning factors. In recruiting and selection of personnel Factors in human resource development Factors in motivating personnel Factors in the evaluation of work performance according to the potential and performance 2. Quality of life in work relevance and benefit to society In cooperation with the organization Or other agencies to carry out activities for public benefit The organization participates in the campaign. Helping society as a whole and the organization helps to improve your family's well-being have the greatest relationship with employee retention with the organization 3. Engagement to the organization Accepting corporate goals and values in the story, I am proud to tell others that I am an employee of this organization. And always say to others that the organization Is an organization worth working with Organizational goals align with employees' goals 4. Employee retention strategies in the organization consist of performance development strategies, human resource recruitment planning. Human Resource Selection Strategy Human Resource Development Strategies for Performance and Strategies for Promoting Employees to Work Happily and Commitment to the Organization.

Keywords: Employee Retention Strategy

ที่มาและความสำคัญ

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และพัฒนาประเทศโดยมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีผลต่อการจ้างงานและความเชื่อมโยง กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลากหลาย เช่น ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น โดยแบ่งประเภทงานก่อสร้างใน

ประเทศไทยเป็นงานก่อสร้างของภาครัฐและงานก่อสร้างของภาคเอกชน งานก่อสร้างของภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นสัดส่วนโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานราว ร้อยละ 70 ของมูลค่าก่อสร้างงานภาครัฐทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นโครงการก่อสร้างอาคารของรัฐที่พักรักษาและโครงการอื่นๆ ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่มักจะได้เปรียบในการรับงานภาครัฐ โดยผู้รับเหมารายใหญ่ที่มีศักยภาพทางการเงิน ระบบบริหารจัดการที่ดีและมีประสบการณ์

สูงมักได้รับงานก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ ขณะที่ผู้รับเหมา SMEs ได้รับงานทั่วไปที่มีมูลค่าไม่สูงนัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการเชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์เข้ากับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันโดยตระหนักว่ามนุษย์เป็นทุนทางปัญญาขององค์กร โดยขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติผ่านกิจกรรมต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม และการพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน เป็นต้น กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความสำคัญต่อทุกองค์กร เพราะองค์กรที่ดีที่ประสบความสำเร็จ ไม่ต้องการให้มีความผิดพลาดเกิดขึ้นในการบริหารงาน ซึ่งความผิดพลาดที่ทุกองค์กรไม่ต้องการ คือ การจ้างคนไม่เหมาะสมกับงาน การเสียเวลาคัดเลือกคนที่ไม่ได้ประโยชน์ การพบว่าพนักงานในองค์กรไม่ตั้งใจทำงาน เกิดอัตราการเข้าออกจากงานที่สูง (กฤติยา จินตเศรษฐี, 2557) การลาออกของพนักงานส่งผลค่าใช้จ่ายบุคลากรขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากการสูญเสียบุคลากรที่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพไปนั้น เป็นการยากที่จะหาบุคลากรทดแทนที่พร้อมสามารถทำงานขององค์กรได้อย่างสมบูรณ์ในทันทีจากการศึกษาของ Drake International NA ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์พบว่าค่าใช้จ่ายบุคลากรที่เพิ่มขึ้นจากการลาออกของพนักงานนั้น นอกจากค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากรและการฝึกอบรมแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนของการด้อยประสิทธิภาพของบุคลากรที่รับเข้ามาทดแทน ในอัตราราวร้อยละ 25 – 50 ในช่วง 3 เดือนแรกของการทำงานของการดูแลรักษาบุคลากรที่มีค่าสำหรับองค์กรไว้จึงมีความสำคัญต่อต้นทุนด้านบุคลากรและความต่อเนื่องในการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างยิ่ง (สมพงษ์ สุขสงวน, 2554) ธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในไทยทั้งหมด มีจำนวนประมาณ 80,000 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) โดยผู้ประกอบการรายใหญ่มีจำนวนน้อย (ราว 55 ราย) แต่มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 50% ของมูลค่าตลาดรวม (พิจารณาจากขนาดรายได้) โดยรายใหญ่ส่วนมากเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ บริษัท เมอร์เซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ปรึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลชั้นนำของโลก เปิดเผย ถึงผลการศึกษาภายใต้โครงการสำรวจค่าตอบแทนและสวัสดิการ ของปีพ.ศ. 2561 ว่า

นอกเหนือจากอัตราการขึ้นเงินเดือนของทุกอุตสาหกรรมจะปรับขึ้นที่ร้อยละ 5 และการจ้างงานที่ปรับตัวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวแล้วนั้น การศึกษายังพบว่า การลาออกของพนักงาน (turn over) ของปีพ.ศ. 2561 คาดว่าจะสูงถึงร้อยละ 13-14 ในขณะที่ช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาอยู่นั้นอยู่ที่ระดับร้อยละ 6.3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้วอยู่ที่ร้อยละ 12.5 ซึ่งถือว่ามีความถี่ของการลาออกของพนักงานเพิ่มมากขึ้น และในอนาคตยังมีโอกาสจ้างงานน้อยลง เนื่องจากภาคอุตสาหกรรมนำเทคโนโลยี เครื่องจักรและอื่นๆ เข้ามาใช้แทนแรงงานคนมากขึ้น พนักงานที่ลาออกส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าภูมิใจกับงานที่ทำ แต่หากบริษัทอื่นให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าก็พร้อมที่จะย้ายออก (เอก อยะวงค์, 2562) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาจะเน้นศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมก่อสร้าง ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ มีความมั่นคงจากเงินทุนจดทะเบียน มีผลประกอบการที่ดี และมีศักยภาพในการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ในด้านการสรรหา พัฒนา และธำรงไว้ซึ่งบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติที่เหมาะสม ในองค์กร ผู้ศึกษาจึงได้คัดเลือกบริษัทอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยใช้การพิจารณาจาก มูลค่าการจดทะเบียน จำนวนพนักงาน อัตราการเข้าออกของพนักงานที่ต่ำ (Turnover Rate) โดยศึกษาปัจจัยในด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับการรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรกับการรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของพนักงานอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์คือ การใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ในการบริหารทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดในองค์กร นั่นคือมนุษย์ หรือบุคคลที่ทำงานทั้งกรณีที่ทำงานร่วมกัน และกรณีที่ทำงานคนเดียว เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร กลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปตามเวลาและสถานการณ์จึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงตลอดเวลา การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีบทบาทความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรเป็น อย่างยิ่ง องค์กรต้องมีแนวคิดที่ดีในการบริหาร พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานของพนักงาน การพัฒนาและ การจัดการนี้ องค์กรต้องมีการวางแผนที่ครอบคลุมกิจกรรมหน้าที่ตามที่ต้องการมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (สุรชาติ บำรุงสุข, 2552) กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ, 2554) เป็นงานที่มุ่งเลือกสรรคนเก่งที่มีทั้งความรู้และความสามารถ (Talent) เข้ามาปฏิบัติงานและเมื่อได้คัดสรรให้บุคลากรเหล่านี้เข้ามาอยู่ในองค์กรแล้ว ก็ไม่ได้หยุดอยู่เพียงเท่านั้น หน่วยงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องดูแล ฝึกอบรมและพัฒนา ให้บุคลากรได้รับความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นพลังเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพ และพร้อมจะปฏิบัติงานที่ทำหยาความรู้ ความสามารถ สร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรมากยิ่งขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ สรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเวลาที่ต้องการ ประกอบ ด้วย กิจกรรมการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ กิจกรรมการวิเคราะห์งานและการออกแบบงานกิจกรรมการสรรหา กิจกรรมการคัดเลือก การพัฒนาบุคลากร และกิจกรรมที่ช่วยในการธำรงรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยทั่วไปมีบทบาทหน้าที่และหลักพื้นฐานอยู่ 5 ประการ กล่าวโดย กฤติยา จินตเสรี (2557) ดังนี้

1. การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร (Recruitment and Selection) บทบาท หน้าที่สำคัญประการแรกของการ

จัดการบุคลากร คือ การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน

2. การพัฒนาบุคลากร (Development) คือ การดำเนินการอย่างเป็นระบบขององค์กรสนับสนุน และปรับปรุงให้บุคลากรมีความรู้ทักษะ และความสามารถในการทำงานที่เหมาะสม

3. การกระตุ้นจูงใจบุคลากร (Motivation) คือ การจูงใจบุคลากรให้มีความ กระตือรือร้นทุ่มเทลงกายและใจให้แก่งานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จขององค์กร

4. การบำรุงรักษาบุคลากร (Maintenance) คือ การดำเนินการต่างๆ เพื่อให้บุคลากรมี ความพึงพอใจในการทำงาน โดยมีการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงาน การส่งเสริมสุขภาพของบุคลากร และการจัดระเบียบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่ดี

5. การยุติการจ้างงาน (Termination) คือ การยุติความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงานเนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่น การเกษียณอายุ การลาออก หรือการเลิกสัญญาจ้างงาน เป็นต้น จากการศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจบริหารก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาในบริบทของ การประยุกต์เพื่อวางแผนแนวทางแก้ไขปัญหาลดต้นทุนและหลีกเลี่ยงปัจจัยการสูญเสียพนักงาน และการหาวิธีจูงใจให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรได้ ตลอดจนเป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อให้องค์กรมีความยั่งยืนการจัดการทรัพยากร ในด้านการบำรุงรักษาบุคลากร (Maintenance) โดยจะทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้ครอบคลุมกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในด้านดังกล่าว ในเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตการทำงาน (Blue-stone, 1977) กล่าวว่า การศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานต้องศึกษาคุณลักษณะของบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตศึกษาสภาพแวดล้อมตัวบุคคลและสังคมที่ส่งผลทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ พิจารณาความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ โดยคำนึงถึงความต้องการและปัญหาที่เกิดขึ้น จากความต้องการของบุคคลในองค์กรว่า มีความต้องการองค์ประกอบใดเป็นอันดับแรกและองค์ประกอบใดมีผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรมากที่สุด (Walton, 1973 อ้างถึงใน กนกทิพย์ จันทรพลังศรี 2558) ได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่

มีผลต่อการสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นว่าประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ อยู่ 8 ประการ ดังนี้ 1. การได้รับค่าตอบแทนในการทำงานที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and fair compensation) คือ ค่าตอบแทนที่ได้รับจากการปฏิบัติงานนั้นจะต้องมีความเพียงพอในการดำรงชีวิตตามมาตรฐานการครองชีพที่สมเหตุสมผลในสังคมนั้น ๆ สำหรับค่าตอบแทนที่มีความยุติธรรม ก็เกิดจากการเปรียบเทียบค่าตอบแทนจากการทำงานในตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบที่คล้ายคลึงกัน หรือเปรียบเทียบจากผลการปฏิบัติงานที่เท่าเทียมกัน 2. สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and healthy working condition) ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี ทั้งต่อร่างกายและการทำงาน ควรจะมีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งรวมถึงการควบคุมเกี่ยวกับเสียง การรบกวนทางสายตา 3. ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน (Growth and security) ควรให้ความสนใจการให้พนักงานได้รักษาหรือเพิ่มความสามารถในการทำงานของเขา มากกว่าที่จะคอยเป็นผู้ไม่ให้เขาทำตาม จะต้องมีการมอบหมายงานใหม่หรืองานที่ต้องใช้ความรู้และทักษะที่เพิ่มขึ้นอีกในอนาคต จะต้องเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาภายในองค์กร ในสายงาน รวมถึงสมาชิกในครอบครัวด้วย 4. โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล (Development of human capacities) คือ โอกาสในการพัฒนาและการใช้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตามทักษะและความรู้ที่มี ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าและรู้สึกท้าทายในการทำงาน ได้ใช้ความสามารถในการทำงานเต็มที่ รวมทั้งความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน 5. การบูรณาการทางสังคม หรือ การทำงานร่วมกัน (Social integration) คือ การที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีคุณค่า ได้รับการยอมรับ และร่วมมือกันทำงานจากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน มีการเปิดเผยตนเอง มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี ไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะในหน่วยงาน ปราศจากการถือคติและการทำลายซึ่งกันและกัน 6. ประชาธิปไตยในองค์กร (Constitutionalism) คือ พนักงานมีสิทธิอะไรบางอย่างและจะปกป้องสิทธิของตนเองได้อย่างไร ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ ว่ามีความเคารพในสิทธิส่วนตัวมากน้อยเพียงใด ยอมรับในความขัดแย้งทางความคิด รวมทั้งวางมาตรฐานการให้ผลตอบแทนที่ยุติธรรมแก่พนักงาน และมี

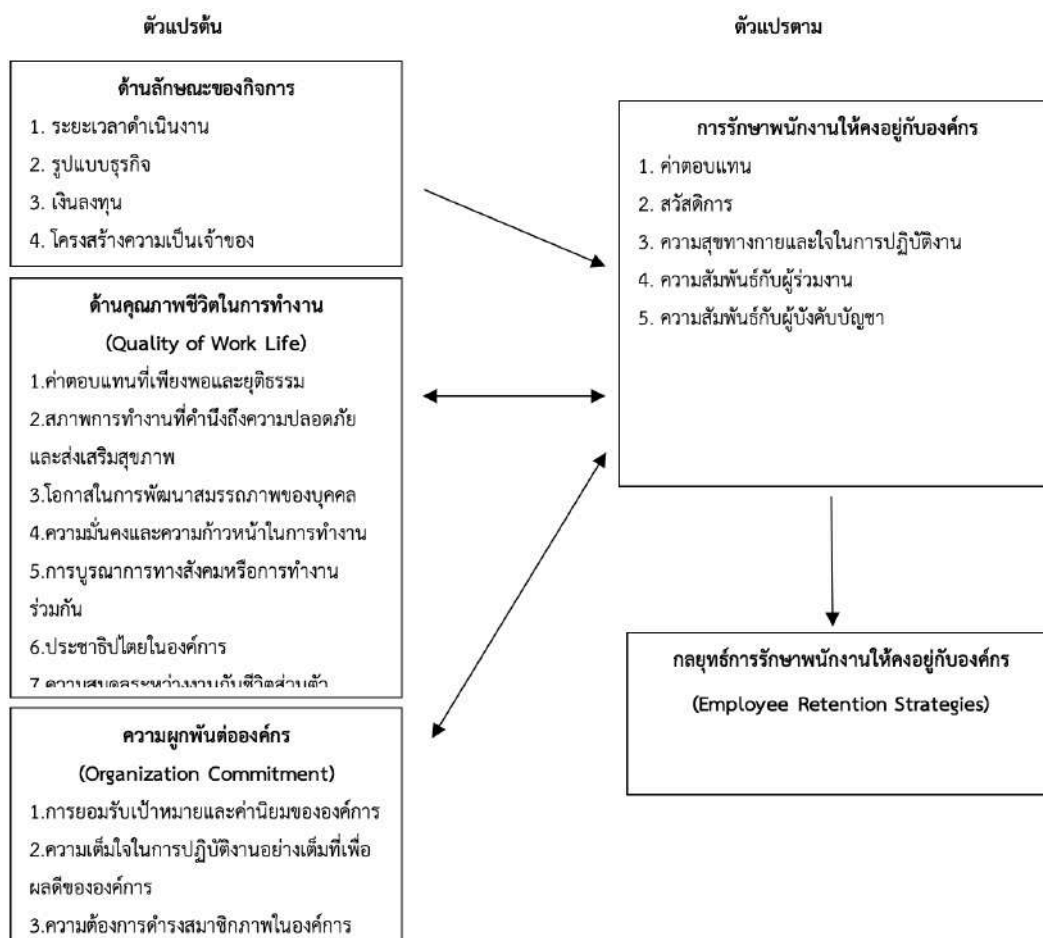
การจัดเตรียมงานให้เกิดความเหมาะสมและมีความสัมพันธ์กัน 7. ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว (Total life space) คือ บุคคลจะต้องจัดความสมดุลให้เกิดขึ้นในชีวิต โดยจะต้องจัดสรรบทบาทให้สมดุล ได้แก่ การแบ่งเวลา อาชีพ การเดินทาง ซึ่งจะต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างการใช้เวลาว่างของตนเองและครอบครัว รวมทั้งความก้าวหน้าในอาชีพ 8. ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (Social relevance) คือ การที่พนักงานมีความรู้สึกว่าการกิจกรรมหรืองานที่ทำนั้นเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งองค์กรของตนได้ทำประโยชน์ให้สังคม ทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร จากการศึกษาของความหมายของ Employee Engagement และ Employee Commitment พบว่า ความหมายของทั้งสองคำนี้มีความหมายคล้ายคลึงกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานและองค์กร โดยพนักงานมีความทุ่มเท ความพยายามในการทำงานทั้งที่เป็นงานของตนเอง และไม่ใช่งานของตนเองอย่างเต็มความสามารถ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การรวมถึงความต้องการดำรงอยู่ในองค์การเป็นสมาชิกขององค์การ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ (Steer and Porter, 1979 อ้างถึงใน กนกทิพย์ จันทรพลังศรี 2558) ได้สร้างและทดสอบแบบจำลองเกี่ยวกับปัจจัยและผลลัพธ์ของความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยแบ่งแบบจำลองออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร (antecedents of commitment) โดยมีปัจจัย ดังนี้ 1.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics) ได้แก่ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ความต้องการประสบความสำเร็จ ความอิสระ เป็นต้น 1.2 คุณลักษณะของงาน (Job characteristics) ได้แก่ ความอิสระในการทำงาน (Autonomy) ความหลากหลายในการทำงาน (Variety) ผลสะท้อนกลับของงาน (Feedback) ความมีเอกลักษณ์ของงาน (Task identity) และโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Opportunity for optional interaction) 1.3 ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experiences) ได้แก่ ทศนคติของกลุ่มต่อองค์การ (Group Attitudes) ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์การ (Met expectation) ความรู้ที่ตนมีความสำคัญต่อองค์การ (Personal importance) และความรู้สึกว่าองค์การเป็นที่พึงได้

(Organization Dependability) 2. ผลของความผูกพันที่มีต่อองค์กร (Outcomes of commitment) ความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรและผลของความผูกพันต่อองค์กร พบว่าความผูกพันต่อองค์กรมี ความสัมพันธ์เชิงผกผันกับความต้องการลาออกของบุคลากรในองค์กร กล่าวคือ หากบุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ความต้องการลาออกก็จะอยู่ในระดับต่ำ ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ก็จะมีความต้องการลาออกมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อความคงอยู่ในองค์กร เพราะสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้าออกได้ ดังนั้น 1.ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) จากค่านิยมของความผูกพันต่อองค์กร ของนักวิชาการต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมีความเต็มใจและความพยายามทำงานเพื่อองค์กร และจากการงานวิจัยขององค์กรที่ปรึกษาต่าง ๆ พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัย

หนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลการปฏิบัติงานขององค์กรนั้น ๆ กล่าวคือ องค์กรใดที่พนักงานมีระดับความผูกพันอยู่ในระดับที่สูง ย่อมมีแนวโน้มของผลการปฏิบัติงานที่สูงตาม 2.การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Organizational goal attainment) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร จะมีความต่อเนื่องในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร และมีความเชื่อในวัตถุประสงค์ขององค์กร และมีความพยายามในการทำงานเพื่อต้องการทำให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ 3.สุขภาพของพนักงาน (Employee Health) จากการศึกษาของ The Gallup organization ในการสอบถามพนักงานในอเมริกา เรื่องผลกระทบของงานในด้านสุขภาพ โดยที่พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร จะมีแนวโน้มของการมีสุขภาพทางกายที่ดี มากกว่าพนักงานที่ไม่มี ความผูกพันต่อองค์กร

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative approach) และการวิจัยคุณภาพ (qualitative approach) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้สรุปได้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. วางแผนการดำเนินการวิจัยเพื่อให้การวิจัยดำเนินไปอย่างเป็นขั้นตอนที่ถูกต้อง และสอดคล้องกัน ทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยมีการวางแผนการดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ การทบทวนวรรณกรรม การสังเคราะห์กรอบแนวคิดของการวิจัย การกำหนดระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงผู้ให้ข้อมูล การสร้างเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผล และ การนำเสนอผลการวิจัย

2. การทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้องในประเด็นเรื่อง กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ในกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นรากฐานและเป็นข้อมูลอ้างอิงในการศึกษา รวมถึงนำมาใช้ในการสังเคราะห์กรอบแนวคิดและการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยด้วย

3. การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง ที่ต้องการทำการศึกษา และ ผู้ให้ข้อมูล ที่สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษาได้ครอบคลุม

3.1 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ พนักงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ใน

กรุงเทพมหานคร 5 บริษัท จำนวนพนักงาน 3,261 จึงคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรหาจำนวนประชากรของ Taro Yamane กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2548) จากการคำนวณ จึงได้ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 357 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบไปด้วย 5 ท่านซึ่งเป็นผู้บริหาร จากบริษัทอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร 4. การสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง ตำรา เอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความเหมาะสมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และ เชิงคุณภาพ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและมีปริมาณเพียงพอต่อการวิเคราะห์ผลการวิจัย

5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมกับประเภทข้อมูลที่เก็บรวบรวม ได้แก่ การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และ การใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยหรือเชิงตรรกะ (Inductive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษา

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความคิดเห็น
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	3.65	0.551	มาก
สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	3.72	0.680	มาก
โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล	3.99	0.660	มาก
ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน	3.83	0.605	มาก
การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน	3.89	0.569	มาก
ประชาธิปไตยในองค์กร	3.85	0.717	มาก
ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว	3.49	0.792	ปานกลาง
ความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม	3.76	0.804	มาก
คุณภาพชีวิตในการทำงาน	3.77	0.568	มาก

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบ

ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.89, 3.85, 3.83, 3.76, 3.72, 3.65 และปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 3
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความคิดเห็น
1.ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.94	0.743	เห็นด้วย
2.ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร	4.37	0.597	เห็นด้วย
3.ความต้องการดำรงสมาชิกภาพในองค์กร	3.97	0.708	เห็นด้วย
รวม	4.09	0.611	เห็นด้วย

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อความ

ผูกพันต่อองค์กร ดังนี้ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร รองลงมาความต้องการดำรงสมาชิกภาพในองค์กร และความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 3.97 และ 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการทำงาน

การรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ความคิดเห็น
1.ค่าตอบแทน	3.50	0.811	เห็นด้วย
2.สวัสดิการ	3.53	0.878	เห็นด้วย
3.ความสุขทางกายและใจในการปฏิบัติงาน	3.95	0.571	เห็นด้วย
4.ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน	3.95	0.585	เห็นด้วย
5.ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	3.89	0.669	เห็นด้วย
รวม	3.77	0.621	เห็นด้วย

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรในด้านในภาพรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ดังนี้ ความสุข

ทางกายและใจในการปฏิบัติงาน รองลงมาความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สวัสดิการ และค่าตอบแทน ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, 3.95, 3.89, 3.53 และ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5

การรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของกิจการ

การรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร	ปัจจัยด้านลักษณะของกิจการ (t/F)			
	ระยะเวลา	รูปแบบ	เงินทุนจด	การจัดโครงสร้าง
	ทำงาน	ของธุรกิจ	ทะเบียน	องค์กร
1.ค่าตอบแทน	49.628*	0.181	1.399	-0.505
2.สวัสดิการ	59.401*	0.075	2.326	-0.120
3.ความสุขทางกายและใจในการปฏิบัติงาน	11.234*	-2.044*	7.145*	-1.752
4.ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน	16.083*	-3.167*	9.811*	-3.641*
5.ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	23.570*	0.032	2.180	-0.501
	F	t	F	t

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของกิจการส่ง ผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรม ก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะกิจการ ด้านระยะเวลาทำงานส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับ องค์กรในทุกด้าน ปัจจัยลักษณะกิจการด้านรูปแบบของธุรกิจ และด้านเงินทุนจดทะเบียนที่ส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้ คงอยู่กับองค์กรในด้าน ความสุขทางกายและใจในการปฏิบัติ งาน และความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ปัจจัยลักษณะกิจการด้าน การจัดโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่ กับองค์กรในด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยใน 4 ประเด็นหลักดังนี้

1. ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขต กรุงเทพมหานคร

1.1 ปัจจัยด้านการวางแผน ในการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร อย่างไร เพื่อให้ได้บุคลากร

ที่มีความรู้ ความสามารถ และเหมาะสมกับตำแหน่งงานมากที่สุด องค์กรควรมีมาตรฐานในการสรรหาที่ชัดเจน ยุติธรรม น่าเชื่อถือ และเป็นระบบระเบียบ โดยผู้ที่มีหน้าที่หรือ

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องมีการวางแผนในการคัดเลือกพนักงานที่มีทัศนคติและมีความต้องการที่จะทำงาน ในองค์กรได้ยาวนาน มีวิธีการประกาศรับสมัครงานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่แจ้งต้องครบและ สื่อสารให้เข้าใจ ส่งตรงกลุ่มเป้าหมาย มีกระบวนการคัดกรองผู้สมัครอย่างรอบคอบ คัดสรรผู้สมัครที่โดดเด่น ตัดสินใจจ้างผู้สมัครที่เหมาะสมที่สุด มีการเจรจาข้อเสนอให้ลงตัว เพื่อเริ่มงานอย่างมีความสุขทุกฝ่าย

1.2 ปัจจัย ในด้านการพัฒนาบุคลากรอย่างไร เพื่อสนับสนุนและปรับปรุงให้บุคลากรมีความรู้

ทักษะ และความสามารถในการทำงานที่เหมาะสม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ การดำเนินงานที่จะส่งเสริมให้พนักงานมีความความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะรับผิดชอบในตำแหน่งที่สูงขึ้น ทั้งนี้ การพัฒนาพนักงานมิได้มีวัตถุประสงค์เพียง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญในงานปัจจุบันเท่านั้น แต่มีความมุ่งหมาย เพื่อให้พนักงานได้ก้าวหน้าและเติบโตต่อไปในอนาคตด้วย

1.3 ปัจจัย ในด้านการกระตุ้นจูงใจบุคลากรอย่างไร เพื่อให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นทุ่มเท

พลังกายและใจให้แก่การทำงาน การบริหารค่าตอบแทนการกำหนดปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นหลักเกณฑ์กำหนดค่าจ้างเงินเดือน รวมถึงการจัดสวัสดิการให้แก่บุคลากรการบริหารค่าตอบแทนถือเป็นกลไกสำคัญในการธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์

ให้อยู่กับองค์กร นอกจากนี้คำตอบก็ยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นการเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรและความพึงพอใจในการทำงานอีกด้วย

1.4 ปัจจัย ในด้านการประเมินผลการทำงานตามศักยภาพและประสิทธิภาพของงานอย่าง

แท้จริงเพราะคนที่มีความสามารถจะชอบในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาด้วย องค์กรที่มีฝ่าย HR ที่ไม่มีศักยภาพก็มักจะใช้การประเมินผลงานตามมาตรฐานทั่วไปที่อาจไม่ได้วัดตามศักยภาพของคน อย่างเช่นการประเมินผลจากวันทำงาน ขาด ลา มาสาย หรือประเมินผลจากผลกำไรขององค์กรเพียงอย่างเดียวโดยไม่ดูปัจจัยอื่นเกี่ยวข้อง อย่างเช่น กระบวนการทำงาน, ความยากง่ายของลูกค้า เป็นต้น หากการประเมินผลเกิดความไม่ยุติธรรม หรือไม่คุ้มค่ากับการลงแรง พนักงานที่มีศักยภาพย่อมย้ายไปทำงานองค์กรที่ให้คุณค่ากับตนมากกว่า

2. ผลการวิจัยความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ในเรื่องให้ความร่วมมือกับ/องค์กร หรือหน่วยงานอื่นในการกระทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์ องค์กรมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ช่วยเหลือสังคมโดยรวม เช่น บริจาคช่วยเหลือน้ำท่วม และองค์กรมีส่วนช่วยให้ครอบครัวของท่านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร รองลงมาคือด้านประชาธิปไตยในองค์กร ในเรื่ององค์กรมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานในบริษัท ผู้บังคับบัญชารับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงานในเรื่อง บริษัทฯ ที่ปฏิบัติงานมีความมั่นคง พนักงานที่อยู่กับองค์กรมีโอกาสที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และองค์กรที่ปฏิบัติงานต้องมีการปรับเปลี่ยนโยกย้ายตำแหน่งหน้าที่ที่เหมาะสมกับความสามารถของแต่ละบุคคล

3. ผลการวิจัยความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กร กับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ในเรื่องมีความภูมิใจที่จะบอกผู้อื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรนี้ และพูดให้ผู้อื่นฟังเสมอว่าองค์กร เป็นองค์กรที่น่าร่วมงานด้วย เป้าหมายขององค์กรสอดคล้องกับเป้าหมายของพนักงาน มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร รองลงมาคือ ความต้องการดำรงสมาชิกภาพในองค์กร ในเรื่องคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความรู้สึกยังทำงานนานขึ้น ความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กรยิ่งเพิ่มมากยิ่งขึ้น และความเต็มใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อผลดีขององค์กร ในเรื่องปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถเพื่อความสำเร็จขององค์กร พุ่มเทให้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ทุกครั้ง พร้อมเสมอที่จะทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร ตามลำดับ

4. ผลการวิจัยกลยุทธ์การรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของพนักงานอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพการวางแผนการสรรหาของทรัพยากรมนุษย์ ปรับปรุง ระบบการวางแผนและการสรรหาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับความต้องการเพื่อวิเคราะห์สภาพความต้องการและความจำเป็นของการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราการว่างงาน มีการจัดทำแผนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ ครอบคลุม ทันต่อการใช้งาน และเป็นระบบ เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการแสดงความต้องการตำแหน่งบรรจุ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปกำหนดทิศทางและจุดเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้ได้จำนวนพนักงานที่มีทักษะที่ต้องการและสามารถจัดหาได้เมื่อจำเป็นต้องใช้ ช่วยให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่เพียงพอ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรในอนาคต โดยสามารถกำหนดวิธีการดังนี้ 1) การพยากรณ์ความต้องการพนักงานที่มีคุณสมบัติต่างๆ 2) การเปรียบเทียบความต้องการกับกำลังแรงงานในปัจจุบัน 3)

การกำหนดจำนวนและรูปแบบของพนักงานที่จะสรรหาเข้ามาทำงานหรือจำนวนที่จะต้องออกจากงาน

4.2 กลยุทธ์การคัดเลือกทรัพยากรบุคคลโดยกำหนดกระบวนการคัดเลือก ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินและการคัดเลือกผู้สมัครงาน ใบสมัครงาน ประวัติ การสัมภาษณ์ และการตรวจสอบการอ้างอิง โดยสามารถกำหนดวิธีการดังนี้ 1) สร้างความเข้าใจในงาน (Understand the Job) คือ การทำความเข้าใจในงานและลักษณะความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จในงานนั้นๆ 2) ระบุเครื่องมือที่ถูกต้อง (Identify Valid Tools) คือ เครื่องมือการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือการคัดเลือกที่ใช้มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ 3) การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (Train HR Staff) เพื่อให้แน่ใจว่าบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกได้แก่ ผู้สัมภาษณ์ ผู้สอบวัดผล และผู้บริหารได้รับการฝึกอบรมแล้ว 4) การติดตามและตรวจสอบกระบวนการ (Monitor Your Process) การตรวจสอบระบบการเลือกที่กำลังดำเนินการ เพื่อปรับปรุงกระบวนการ โดยทำการตรวจสอบในประเด็นต่างๆ ได้แก่ อัตราการสอบผ่าน ประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความเป็นธรรม ดังนั้น จึงควรเลือกกระบวนการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานต่างๆ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และเนื่องจากกระบวนการคัดเลือกเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น จึงควรต้องแสวงหาการปรับปรุงกระบวนการที่กำลังดำเนินงานอยู่เสมอ

4.3 กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ตามมาตรฐานอาชีพและมีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ การพัฒนาบุคลากรในด้านการส่งเสริมความก้าวหน้า การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการสนับสนุนให้บุคลากรสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร และกระบวนการพัฒนาบุคลากรนั้น มีหลากหลายวิธี ได้แก่ 1) การฝึกปฏิบัติ 2) การอบรม 3) การจัดสัมมนา 4) การศึกษาดูงาน 5) การให้ทุนการศึกษาในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น โดยการจะเลือกใช้วิธีการใดนั้นขึ้น อยู่กับความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร

4.4 กลยุทธ์การเสริมสร้างให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขและผูกพันกับองค์กรพัฒนาคุณภาพชีวิตของทรัพยากรบุคคลให้มีความสุข หรือองค์กรแห่งความสุข (Happy Work-

place) โดยการจัดสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลให้ พนักงานตามความต้องการ/จำเป็น พอเพียง และเหมาะสม การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตกแต่งห้องทำงานให้สวยงาม น่าอยู่ เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน เสริมสร้างขวัญและกำลังใจของทรัพยากรบุคคลให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความสุข สร้างวัฒนธรรมองค์กร การอยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง (We are a family) และร่วมชื่นชมยินดีในความสำเร็จที่พนักงานได้รับตามโอกาสต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร (Social Integration) ทั้งจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน โดยสร้างได้จากการแบ่งปันซึ่งกันและกัน การจัดกิจกรรมร่วมกัน การทำงานเป็นทีมระหว่างบุคลากรสายงานเดียวกัน และบุคลากรต่างสายงาน การร่วมสร้างสังคมในที่ทำงานที่ดีในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ที่สามารถเป็นที่ไว้วางใจ เมื่อมีปัญหาสามารถขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานได้

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยด้านความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากและปานกลางโดยสามารถเรียงลำดับตามระดับคะแนนจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านโอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ประชาธิปไตยในองค์กร ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน ความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สมบัติหวังใจสุข (2558) ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทเพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทเพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาด้านระดับความพึงพอใจในการทำงานพบว่า พนักงานมีระดับความพึงพอใจในการทำงานรวมในระดับความพึงพอใจมาก และเมื่อ

พิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า พนักงานมีระดับความพึงพอใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจระดับมาก และความพึงพอใจในการทำงานด้านปัจจัยค้ำจุนในระดับปานกลาง ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง

2. จากผลการวิจัยด้านความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์การ ดังนี้ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร รองลงมาค่านิยมขององค์กรและความต้องการดำรงสมาชิกภาพในองค์กร และความเชื่อมั่นต่อเป้าหมาย สอดคล้องกับชานนทร์ ปวงละคร (2551) การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มธุรกิจน้ำมัน เป็นการศึกษาระดับปริญญาโท โดยได้ศึกษาจากความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานโดยใช้แนวคิด 4 ด้าน คือ ด้านองค์การ ด้านงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์การ และศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในภาพรวม ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในภาพรวมกับความคิดเห็นต่อองค์การทั้ง 4 ด้านของพนักงานระเบียบวิธีการศึกษา โดยทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงาน ณ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เฉพาะกลุ่มธุรกิจน้ำมัน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 202 คน ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 32 – 38 ปี ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการด้านภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด พนักงานระดับปฏิบัติการผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีความผูกพันต่อองค์การ ซึ่งหมายถึงพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การเปรียบเสมือน “ดาวเด่นในองค์กร” คือ ทำงานด้วยความมีใจรักและทุ่มเทพยายามในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ มีความรู้สึกที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และจะหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

3. จากผลการวิจัยด้านความคิดเห็นต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรในด้านในภาพรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ดังนี้ ความสุขทางกายและใจในการปฏิบัติงาน รองลงมาความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สวัสดิการ และค่าตอบแทน ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะกิจการด้านระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับ ชีระวุฒิ ตรีประสิทธิ์ชัย (2558) ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ การมีเกณฑ์การให้รางวัลและผลตอบแทนที่ชัดเจน และมีความเหมาะสมต่อความสามารถในการทำงาน รองมาคือ การมีเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพและนโยบายการเลื่อนตำแหน่งงานที่ชัดเจน และความหวังที่จะได้รับการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งงานสูงขึ้นเมื่อผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีรายได้และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกันมีปัจจัยที่จะส่งผลต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมก่อสร้าง ควรพัฒนากลยุทธ์การวางแผนการสรรหาของทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราการว่างงาน มีการจัดทำแผนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ ครอบคลุม ทันต่อการใช้งาน และเป็นระบบ
2. อุตสาหกรรมก่อสร้างควรพัฒนากลยุทธ์การคัดเลือกทรัพยากรบุคคล ให้เป็นระบบ โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดกระบวนการคัดเลือก การประเมินและการคัดเลือกผู้สมัครงาน ใบสมัครงาน ประวัติ การสัมภาษณ์ และการตรวจสอบการอ้างอิง รวมถึงการอบรมผู้ที่ทำการคัดเลือก

3. อุตสาหกรรมก่อสร้าง ควรพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมการปฏิบัติงาน การจัดสัมมนา การศึกษาดูงาน การให้ทุนการศึกษาในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น โดยต้องเลือกวิธีการที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร

4. อุตสาหกรรมก่อสร้าง ควรพัฒนากลยุทธ์กลยุทธ์การเสริมสร้างให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขและผูกพันกับองค์กร โดยการสร้างสถานที่ทำงานให้มีความสุข หรือองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) สร้างวัฒนธรรมองค์กร การอยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง (We are a family) และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร (Social Integration)

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ จันทร์พลังศรี. 2558. *คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน บริษัทไทยโพลีคอนส์ จำกัด (มหาชน)*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- กฤติยา จินตเศรษฐี. 2557. *การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ของสายสนับสนุนวิชาการเพื่อรองรับการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยของมหาวิทยาลัยบูรพา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยบูรพา,คณะรัฐประศาสนศาสตร์*.
- ธีระวุฒิ ตรีประสิทธิ์ชัย. 2558. *ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรในอุตสาหกรรมโรงโม่ระดับ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะศิลปศาสตร์.
- ชานนท์ ปวงละคร. 2551. *การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มธุรกิจน้ำมัน* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ.
- สุรชาติ บำรุงสุข. 2552. *กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ พิมพ์ครั้งที่ 1. : โครงการความมั่นคงศึกษา ด้วยความสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย*
- สมบูรณ์ กุลพิเศษชนะ. 2554. Retaining Talent People: (ไม่) ยากอย่างที่คิด. *วารสารบริหารธุรกิจ*, ปีที่29, ฉบับที่ 109
- สมพงษ์ สุขสงวน. 2554. *ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน บริษัทกานต์นิธิ จำกัด*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ) ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- สมบัติ หวังใจสุข.2558. *ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ .
- เอก อยะวงศ์. (2562). *คำตอบแทน และสวัสดิการ องค์กร บริษัท เมอร์เซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด* การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Buchanan, B. 1974. "Building Organization Commitment: The socialization of Managers in Work Organizations". *Administrative Science Quarterly*. 19, 4(December): 535-546
- Huse, E. F., & Cummings, T. G. (1985). *Organization Development and Change* (3rd ed.). St. Paul,MN:West.
- Porter, L., R. M. Steers. and P. V. Bowlian. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology* 59 (December)
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly* 22, Summer
- Steers, R.M., and L.W.Porter (1979). *Motivation and Work Behavior*. New-York: MC GrawHill: 425-450
- Walton, R.E. (1973). Quality of Working Lift : What Is It?. *Stone Management Review*. 14 (2),11-12

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
Improving efficiency of supply chain management of Toei Hom products
Phutthamonthon Nakhon Pathom Province

ศรีศรินทร์ นรเศรษฐโสภณ¹ รัชนีวรรณ สุจริต² วิริยา บุญมาเลิศ³ และ สิทธีชัย ปินธูมา⁴

Srisarin Norasedsophon, Ratchaneewan Sujarit, Wiriya Boonmalert and Sitthichai Pintuma

Article History

Received: July 30, 2021

Revised: February 11, 2022

Accepted: February 12, 2022

บทคัดย่อ

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม 2.) เพื่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการ โซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม โดยการศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน (กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน) และเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งหมด 15 ท่าน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลการวิจัย พบว่า 1) ประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานเตยหอมของเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม กิจกรรมในการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เกษตรกรยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ในส่วนของต้นน้ำ เกษตรไม่มีการคัดเลือกกล้าพันธุ์เตยหอมการเพาะปลูกแบบเดิมจะมุ่งเน้นที่ Supply Focus ที่เกษตรกรปลูกโดยไม่รู้ความต้องการของตลาด ว่าต้องการในปริมาณเท่าใด ส่งผลให้ผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพและ ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด และไม่มีช่องทางจัดจำหน่าย และ ถึงแม้ว่าจะพยายามต่อยอดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และยังส่งผลต่อต้นทุนที่สูงในการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่จะต่อยอดให้ครอบคลุมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่ตลาด รวมไปถึงเกษตรกรยังมีความพร้อมในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของตลาด ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานเตยหอม โดยนำเอาหลักการจัดการโซ่อุปทาน มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเกษตรกรวางแผนการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานของกลุ่ม เปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานแบบดั้งเดิมไปสู่แบบใหม่โดยให้มุ่งเน้นจากการเพาะปลูก มุ่งเน้นที่

¹⁻⁴อาจารย์ประจำ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecturer, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

E-mail: Srisarin.su@ssru.ac.th *Corresponding author

Demand Focus คือผลิตตามความต้องการของตลาดหรือของผู้รวบรวมผลผลิตที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า รวมไปถึงศึกษาการสร้างมูลค่าในการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากเตยหอมเพื่อให้เกิดมูลค่าและเกิดความต้องการในการบริโภคมากขึ้น จะส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้มากขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนาประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ กิจกรรมโลจิสติกส์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม

Abstract

Improving efficiency of supply chain management of Toei Hom products Phutthamonthon Nakhon Pathom Province. The research aims to 1) Study the efficiency of supply chain management of pandan leaves products. 2) Improving management efficiency pandan leaves products Supply Chain The research study was a qualitative research. The key informants are: Community leaders (Kamnan, village headman) and pandan growers Phutthamonthon Nakhon Pathom Province, total 15 people. Collecting data from in-depth interviews, the results found that 1) Efficiency in pandan supply chain management of pandan leaf growers Phutthamonthon Nakhon Pathom Province. Supply Chain Management Activities from upstream to downstream Farmers still lack knowledge of management efficient supply chain. In the area of upstream agriculture, there is no selection of pandanus seedlings. Traditional cultivation will focus on Supply Focus that farmers grow without knowing the market needs. that you want in what quantity. Resulting in poor quality and not marketable And there is no distribution channel, and although trying to expand or transform into new products and also affects the high cost of supply chain management that will extend to cover the processing of products to bring into the market. Including agriculture is not ready in terms of product development to meet the market demand. 2) The researcher therefore proposed a guideline for improving the efficiency of Toei Hom supply chain management. by applying the principles of supply chain management applied in management. Starting from the integration of agricultural groups, planning the use of resources in the operation of the group. Transforming traditional supply chains into new ones by Let's focus from cultivation, focus on Demand Focus. It is produced according to the market demand or of the pre-planned product aggregator, including the study of value creation in processing. products from pandan leaves products in order to increase the value and increase the demand for consumption will result in more income for agriculture

Keywords: Efficiency improvement, Logistics, Supply chain, value-added

บทนำ

ผลิตภัณฑ์สินค้าภายในชุมชนส่วนใหญ่ เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นด้วยภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่คงความเป็นอัตลักษณ์ และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้คนต่างถิ่นได้ โดยสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนที่คุ้นเคยกันทั่วไป คือ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาลทุกยุคสมัย ทำให้สินค้าภายในชุมชนเริ่มพัฒนาให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเกิดขึ้นเนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นฐานในการคิดและการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสินค้ายุคใหม่ โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นมีส่วนสัมพันธ์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีจุดกำเนิดมาจากความคิดภูมิปัญญาที่มีอยู่เดิม (Suvannin, 2016) นโยบายการส่งเสริมการค้าและการส่งออกภาครัฐ มีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนให้ได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน (local wisdom based) ซึ่งมีโจทย์ท้าทายต่อการพัฒนาและต่อยอดในด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า และผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นได้รับการยอมรับและส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศได้

เตยหอม จัดเป็นไม้ยืนต้นพุ่มเล็ก ขึ้นเป็นกอ มีใบเป็นใบเดี่ยวเรียงสลับเวียนเป็นเกลียวจนถึงยอดใบ ลักษณะของใบเป็นทางยาว สีเขียวเป็นมัน ใบค่อนข้างแข็ง มีขอบใบเรียบ เราสามารถนำใบเตยมาใช้ได้ทั้งใบสดและใบแห้ง ในใบเตยจะมีกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย (Fragrant screw pine) โดยกลิ่นหอมของใบเตยนั้นมาจากสารเคมีที่ชื่อว่า 2-acetyl-1-pyrroline ซึ่งเป็นกลิ่นเดียวกันกับที่ไต้หวัน ข้าวหอมมะลิ ขนมันป้งขาว และดอกขมิ้นชาติ จากงานวิจัย รัชวรรณ ลิ้มวิวัฒน์กุล (2535) ศึกษาพบว่าเตยหอมมีผลดีต่อการทำงานของหัวใจห้องบน ที่ทำให้กล้ามเนื้อหัวใจห้องบนหดตัวได้แรงขึ้นและทำให้อัตราการหดตัวลดลงชั่วคราว ปริมาณการเพิ่มความแรงของการหดตัวและการลดอัตราการหดตัวเป็นสัดส่วนโดยตรงกับความเข้มข้นของน้ำสกัดใบเตยหอม ปัจจุบันได้มีการนำเตยหอมมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการคิดค้นโดยภูมิปัญญาชุมชน แต่การแปรรูปภายในชุมชนกลุ่มชาวบ้านยังขาด องค์ความรู้ การเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรและ

สถาบันเกษตรกรอย่างมาก คือ การบริหารจัดการระดับต้นน้ำและกลางน้ำ ปัญหาสำคัญในโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ได้แก่ สินค้าไม่ได้มาตรฐาน เกิดความสูญเสียในระหว่างกระบวนการผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา บรรจุกัญชี และการขนส่ง ความสูญเสียในขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรต้องแบกรับภาระต้นทุนสูงขึ้น หากสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ อาทิ มีระบบการจัดการแบบกลุ่ม เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีความรู้ในการจัดการที่ดี มีเครื่องมืออุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะสามารถลดการสูญเสีย นอกจากนี้หากส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกรมีองค์ความรู้ในเชิงธุรกิจเพื่อบริหารจัดการกิจกรรมต่อเนื่องในโลจิสติกส์ ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต การเก็บเกี่ยว การรวบรวมและการกระจายสินค้าจนถึงลูกค้าปลายทาง การจับคู่ธุรกิจ การเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ จนถึงความสามารถในการทำธุรกิจเพื่อส่งออก ก็จะทำให้เกษตรกรได้รับมูลค่าเพิ่มจากขั้นตอนต่างๆ เหล่านั้น นอกเหนือจากการผลิตในฟาร์ม ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำ และปลายน้ำ โดยเน้นการจัดการองค์ความรู้เกษตรกรการปลูกใบเตยหอม เพื่อลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกิจกรรมโลจิสติกส์ของเกษตรกร และการเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยการแปรรูปจากวัตถุดิบที่มีอยู่ จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาการเพิ่มศักยภาพที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม
- 2) เพื่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม

นิยามศัพท์

การเพิ่มศักยภาพ หมายถึง การนำเอาความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในร่างกายนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีกระบวนการ เป็นกระบวนการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทักษะสมรรถนะ และทัศนคติ ของบุคลากรให้มีพฤติกรรมการทำงาน

ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ เคลื่อนย้ายสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการกระจายสินค้า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน โลจิสติกส์เปรียบเสมือนเป็นฟันเฟืองหลักที่ช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆของห่วงโซ่อุปทานให้เคลื่อนที่

กิจกรรมโลจิสติกส์ (logistics activities) หมายถึง กิจกรรมทางด้านการบริหารจัดการการผลิต การตลาดและการบริการลูกค้า การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ การกระจายสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดส่ง ซึ่งครอบคลุมองค์ความรู้ทางด้านโลจิสติกส์ มีทั้งหมด 13 กิจกรรม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (value-added) หมายถึง มูลค่าทางเศรษฐกิจ เกิดขึ้นได้ เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางต่อผู้บริโภคมากขึ้น ในการตอบสนองความคาดหวังในอนาคต

การลดความเสียหายในกิจกรรมโลจิสติกส์ หมายถึง การลดความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งที่ไม่ตรงเวลา นำวัตถุดิบมาแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ลดความเสียหายวัตถุดิบเน่าเสีย

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ปลูกใบเตยหอม และประสบการณ์ปลูกใบเตยหอม กิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ การบริหารการขนส่ง การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และรูปแบบ

ตัวแปรตาม คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของใบเตยหอม อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม

ขอบเขตประชากร

การเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้นำชุมชน (กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน) และเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม ชุมชน

บ้านศาลาดิน อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม จำนวน 15 ท่าน มีที่ดินที่ทำการปลูกใบเตยหอมเป็นหลัก

สมมติฐานการวิจัย

การเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมสู่ผู้บริโภคได้รู้ถึงผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้

แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์

กาญจน์วชิ ฐนโชติรุ่งสาทิส (2557, บทคัดย่อ) ศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยจากจังหวัดนครสวรรค์-ส่งออกต่างประเทศผลการวิเคราะห์รูปแบบโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทย พบว่า การขนส่งในระดับปานกลางคือการขนส่งโลจิสติกส์ขนส่งทางรางและการขนส่งโลจิสติกส์ขนส่งทาง และการขนส่งอยู่ในระดับมาก คือโลจิสติกส์ขนส่งทางถนน ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยของต้นทุนเรื่องการขนส่ง อยู่ในระดับมาก และการขนส่งในเรื่องของเวลาอยู่ในระดับมาก โดยมีความน่าเชื่อถือในการขนส่งอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ พบว่า รูปแบบโลจิสติกส์ขนส่งทางน้ำและโลจิสติกส์ขนส่งทางถนนนั้น มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยส่งผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของ โลจิสติกส์ของการขนส่งข้าวไทยในเรื่องต้นทุนในการขนส่งและเวลาในการขนส่ง รวมถึงความน่าเชื่อถือในการขนส่ง ผลการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ส่งออกพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกซื้อขายข้าวจากโรงสีข้าวหรือทำข้าวในจังหวัดนครสวรรค์และลพบุรี รวมจำนวน 8 ท่าน โดยรวมพบว่าผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับการขนส่งข้าวทางถนนมากที่สุด เพราะมีโครงข่ายทางถนนมากมาย พานะในการขนส่งหลากหลายรูปแบบ มีจุดเชื่อมโยงกับการขนส่งทั้งทางน้ำและทางราง มีประตูการค้า กับประเทศเพื่อนบ้านและมีเทคโนโลยีในการขนส่งที่ทันสมัย โดยมีการขนส่งข้าวทางน้ำรองลงมา ส่วน ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวหน้านั้น ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับต้นทุนในการขนส่ง ในด้านต้นทุนการจัดเก็บ ต้นทุน

การยกย่อง ต้นทุนการขนส่งและต้นทุนการบริหารจัดการและยังให้ความสำคัญเรื่องเวลาในการขนส่งในด้านเวลาในการจัดเก็บเวลาในการยกย่อง เวลาในการเดินทางและเวลาในการตอบสนองการสั่งซื้อ รวมถึงความน่าเชื่อถือในการขนส่งในด้านการส่งมอบสินค้า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าความเสียหายของสินค้า และการติดกลับของสินค้า

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์

วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ของโรงสีข้าว กรณีศึกษา บริษัทโรงสีรุ่งอนันต์ จำกัด อำเภอมวล จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาพบว่าระบบการจัดการโลจิสติกส์มีผู้เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบให้กับโรงสี โรงสีข้าว และกลุ่ม ลูกค้าของโรงสี ซึ่งมีบทบาทในกิจกรรมห่วงโซ่อุปทานที่มีความแตกต่างกัน โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ 1. การจัดหาและรับซื้อข้าวเปลือก 2. การขนส่งข้าวเปลือกขาเข้า 3. การจัดการการเก็บรักษาข้าวเปลือกคงคลัง 4. การแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร 5. การประมวลค่าส่งซื้อ ข้าวเปลือกข้าวสาร 6. บรรจุภัณฑ์ และตราหือ 7.การจัดการเก็บรักษาข้าวสารคงคลัง 8. การขนส่งข้าวสารขา ออก 9. ประชาสัมพันธ์ และการตลาด จากผลการศึกษาสามารถนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงของกระบวนการโลจิสติกส์ เพื่อให้การดำเนินงานทุกขั้นตอนมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และเกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการผลิตได้มากที่สุด

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทาน

ชัยญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ทุเรียนในภาคใต้ จากการศึกษาพบว่าผลการศึกษาประสิทธิภาพการเพาะปลูก ซึ่งพิจารณาได้จากขนาดหรือน้ำหนักรูปทรง ผิว รสชาติของผลผลิต พบว่าผลผลิตที่เกษตรกรได้รับส่วนใหญ่จะมีมาตรฐานตามเกณฑ์คุณภาพ ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 80-90 ของผลผลิตที่ได้ทั้งหมด ประสิทธิภาพการเพาะปลูก ด้านต้นทุนพบ ว่า เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูก ดูแลรักษาการเก็บเกี่ยวรวมทั้งสิ้นเฉลี่ย 17,868 บาท ต่อไร่หรือคิดเป็น 18.23 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจัด ว่าเป็นต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับมาตรฐาน สำหรับปริมาณผลผลิต ต่อไร่ที่เกษตรกรได้รับ พบว่า กว่าร้อยละ 90 ของเกษตรกร ได้รับ

ผลผลิตตามมาตรฐาน โดยอัตราผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 466.3 ซึ่งนับว่าเป็นผลตอบแทนที่สูงมาก ประสิทธิภาพการขนส่ง พบว่า มีประสิทธิภาพสูงคิดเป็นร้อยละ 98 หรือมีปริมาณการ สูญเสียจากการขนส่งเพียงร้อยละ 0.2 ผลการศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการคัดแยก (ลง/ลานทุเรียน) ด้านคุณภาพการดำเนินงาน พบว่า นโยบายการบริหารที่สำคัญ คือคุณภาพผลผลิต และความซื่อสัตย์ ในการดำเนินธุรกิจ สำหรับความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานที่สำคัญคือ ทักษะการคัดแยกการจัดการคุณภาพผลผลิตทุเรียน ในด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออกที่กิจการใช้อยู่ค่อนข้างมีคุณภาพสูง ซึ่งมีราคาต้นทุนอยู่ที่ 56 บาทต่อกล่อง โดยรวมแล้วผู้ประกอบการมีการบริหารงานที่มีคุณภาพ เนื่องจากมีความชำนาญในการประกอบอาชีพ โดยมีผลประกอบการหรือกำไรที่ได้รับเฉลี่ยคือร้อยละ 30 ผลการศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการแปรรูปด้านคุณภาพการ ดำเนินงาน พบว่า นโยบายการบริหารที่สำคัญ คือ คุณภาพผลผลิต และความน่าสนใจของบรรจุ ภัณฑ์สำหรับความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานที่สำคัญคือ ทักษะด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์และคุณภาพการเก็บรักษาในการขนส่งจนถึงมือลูกค้ามีมาตรฐานสูง

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพ

ทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษากระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์กลุ่มอุตสาหกรรมน้ำตาล กรณีศึกษาโรงงานน้ำตาลวังขนาย ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกระบวนการโลจิสติกส์ การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ มีอยู่ 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ดำเนินงานในโซ่อุปทานและกิจกรรมตาม SCOR 2) กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ 3) กระบวนการของโซ่อุปทาน 4) กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยการพัฒนากระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ ซึ่งพบว่าสมการโมเดลโครงสร้างของกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ได้มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานในโซ่อุปทานและกิจกรรมตาม SCOR อย่างมีนัยสำคัญ

ณัฐพล วัฒนไชย (2561, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับปรุงกระบวนการด้านโลจิสติกส์ตั้งแต่การจอร์จนจนถึงจุดส่งสินค้าของบริษัทโลจิสติกส์แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงาน 13 คนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยพนักงาน 10 คนจาก DHL Supply Chain และ 3 คนจาก Agilent Technologies เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการขนส่งตั้งแต่การจอร์จนจนถึงจุดส่งมอบ ผู้วิจัยยังรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ ผลการวิจัยพบว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจาก 2 ปัจจัยคือ 1) เจ้าหน้าที่บริษัททั้งผู้ประสานงานและพนักงานขับรถไม่ได้ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจอาชีพการประสานงานการแก้ปัญหาและใจในการบริการ การเลือกบุคลากรที่เหมาะสมและการฝึกอบรมที่เพียงพอเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า 2) กระบวนการของระบบและอุปกรณ์ในการทำงานควรได้รับการปรับปรุงกระบวนการของระบบโดยง่ายต่อการทำงานและการเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานจะช่วยให้การทำงานง่ายขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพด้วย

รัฐภูมิ ตูจินดา (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่โครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจโรงแรม/ที่พักในกระบี่นั้นมี บุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เฉลี่ย 1.45 คนต่อแห่ง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล แพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการภายในและการหาลูกค้า แต่ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการถึง 22.5% ที่ยังขาดความพร้อมด้าน IT และต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งกลุ่มที่ขาดความพร้อมต้องการการสนับสนุนในด้านต่างๆ คือ ด้านเว็บไซต์ ด้านอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ และด้าน Office Suite โดยประเด็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ

การขาดแคลน บุคลากรด้าน IT สำหรับในส่วนของนักท่องเที่ยว นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างชาติ มีส่วนที่เหมือนกันคือ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ต/สื่อ สังคมออนไลน์ผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการเดินทางเอง ซึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อเสียงความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ ในการประยุกต์ใช้ต้นแบบนำร่องนั้น ผลศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ได้นำมาสังเคราะห์เพื่อเลือกพัฒนาต้นแบบเครื่องมือสร้างเว็บไซต์อย่างง่าย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ยังไม่มีความพร้อมด้าน IT ให้สามารถสร้างเว็บไซต์ของตัวเองได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเขียนโปรแกรมเพียงแค่ออกข้อมูลในระดับความยากง่ายเทียบเท่ากับแบบฟอร์มภาษี ประจำปี ซึ่งทางโครงการได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการโดยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เข้าร่วม ทดสอบใช้งาน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้ นอกเหนือจากข้อมูลการศึกษาผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีข้อเสนอแนะแนวทางการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มไปใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืน ที่ต้องดำเนินการโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน มุ่งเน้นการปิดการขาย สร้างความรู้และเข้าใจ พัฒนาบุคลากรด้าน IT และกำหนดเจ้าภาพในการผลักดันและขยายผลในระดับจังหวัด

สุนทร น้อมเกียรติกุล และ ณัฐชา ชำรงโชติ (2562). ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อปลาอะโรวัน่าผ่านช่องทางออนไลน์ เฟซบุ๊ก ทำการแบ่งลูกค้าได้ 4 กลุ่มโดยมีเหตุผลในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปลาอะโรวัน่า ผ่านช่องทางออนไลน์ จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีการสรุปผลการศึกษาในเรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อปลาอะโรวัน่าผ่านช่องทางออนไลน์ และได้พิจารณาในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด 7P พบว่า อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสองคือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่อมาด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้ายด้านบุคคล

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน (กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน) และเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งหมด 15 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ได้แก่ เพศ อายุ ขนาดพื้นที่เพาะปลูก และประสบการณ์ปลูกใบเตยหอม มีจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ด้านการบริหารการขนส่ง ด้านการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และด้านช่องทางการจำหน่าย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การดำเนินการศึกษาวิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาและบรรยาย (Descriptive Research) ใช้ใช้แนวคำถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลและผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียงพอ และตรงตามวัตถุประสงค์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยทำการเรียงเรียงให้ตามเค้าโครงเรื่องแล้วสรุปออกมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และเป็นการหาข้อมูลเพิ่มเติม ถ้ายังไม่ได้ข้อมูลที่เพียงพอ เมื่อทำการวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม ถ้ายังไม่ได้ข้อมูลที่เพียงพอ อาจมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในเรื่องที่เห็นว่าข้อมูลไม่เพียงพอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปอีกครั้งหนึ่งจนได้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีความจริงมากที่สุดและผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้ากรณีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (Interview) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านบุคคลกล่าวคือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบสามเส้าด้านบุคคลจำนวน 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทำอาชีพเสริม

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มอาชีพเสริม จำนวน 2 กลุ่มอาชีพ หากได้ข้อมูลเหมือนกันหรือตรงกันก็หมายความว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่เชื่อถือได้

ผลการวิจัย

1) จากการศึกษาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม พบว่า ประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานเตยหอมของเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม กิจกรรมในการบริหารจัดการโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เกษตรกรยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ในส่วนของต้นน้ำเกษตรกรไม่มีการคัดเลือกลำพันธุ์เตยหอมการเพาะปลูกแบบเดิมจะมุ่งเน้นที่ Supply Focus ที่เกษตรกรปลูกโดยไม่รู้ความต้องการของตลาด ว่าต้องการในปริมาณเท่าใด ส่งผลให้ผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพและไม่ใช่ที่ต้องการของตลาด และไม่มีช่องทางจัดจำหน่าย และ ถึงแม้ว่าจะพยายามต่อยอดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และยังส่งผลต่อต้นทุนที่สูงในการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่จะต่อยอดให้ครอบคลุมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่ตลาด รวมไปถึงเกษตรกรยังไม่มีความพร้อมในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของตลาด

กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการบริหารการขนส่ง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีประสิทธิภาพสู่ภายนอกส่วนใหญ่ ชาวสวนไม่ได้ออกไปส่งสินค้าเอง จะมีพ่อค้าคนกลางมารับจากในสวน จึงทำให้เกิดปัญหาในการขนส่งผิดพลาด การขนส่งล่าช้าและลดปัญหาการเน่าเสียของใบเตยหอมของทางชุมชน

กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ ผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมที่ชุมชน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ได้มีการปลูกเพื่อไว้จำหน่ายนั้น มีการบรรจุหีบห่อที่ดีและทันสมัยเหมาะสำหรับการส่งออกเพื่อไปขายยังสถานที่ต่างๆ ชุมชนมีการพัฒนาหีบห่อ เพื่อจะได้สร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของตนเอง การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดี และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของสินค้าตนเอง การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำให้ช่วยลดความเสียหายในผลิตภัณฑ์ใบ

เตยหอมของตนเอง และสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงมากขึ้น

กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านช่องทางการจำหน่ายนอกจากชุมชนจะมันขายเองในตลาด เนื่องจากว่า แต่ละเดือน สามารถตัดใบขายได้ถึง 4 ครั้ง โดยจะตัดในช่วงก่อนวันพระ 1-2 วัน ในการตัดก็จะเลือกตัดเฉพาะใบที่ไม่มีตำหนิ ตัดจากใบด้านล่างขึ้นมา ปัจจุบัน สามารถเก็บใบเตยได้ครั้งละกว่า 100-200 กิโลกรัม ในราคากิโลกรัมละ 20 บาท และอีกแบบคือ แบบขายต้นแขวน ซึ่งจะเลือกเก็บเฉพาะต้นที่สมบูรณ์ รูปทรงสวย ในราคาแขวนละ 50 สตางค์ โดยลูกค้าจะนำไปมัดรวมกับดอกไม้กำ หรือนำไปขยายพันธุ์ จะมีการขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น การขายออนไลน์ผ่านทาง Facebook , ผ่านทาง Line

2) เพื่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอมพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานเตยหอม โดยนำเอาหลักการจัดการโซ่อุปทาน มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเกษตรกรวางแผนการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานของกลุ่ม เปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานแบบดั้งเดิมไปสู่แบบใหม่โดย ให้มุ่งเน้นจากการเพาะปลูก มุ่งเน้นที่ Demand Focus คือผลิตตามความต้องการของตลาดหรือของผู้รวบรวมผลผลิตที่มีการวางแผน ไว้ล่วงหน้า รวมไปถึงศึกษาการสร้างมูลค่าในการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากเตยหอมเพื่อให้เกิดมูลค่าและเกิดความต้องการในการบริโภคมากขึ้น จะส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้มากขึ้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอม ใบเตยหอม นั้น มีสรรพคุณมากมาย และสามารถนำไปทำอะไรได้มากมายหลายอย่างทางกลุ่มชุมชนผู้ปลูกใบเตยหอม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากในอดีตได้นำมาทำขนมและต้มน้ำดื่ม แต่ยังไม่ได้มีการพัฒนาต่อยอดไปมากกว่านี้ จึงทำให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อมา จากการลงพื้นที่พบว่า ทางชุมชนผู้ปลูกใบเตยหอมได้คิดค้นการทำน้ำยาล้างจานจากผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับใบเตยอีกทางหนึ่ง นอกจากการทำน้ำยาล้างจานกลิ่นใบเตยแล้ว ยังได้ทำไข่เค็มใบเตยหอม ที่มีสูตรการหมักของไข่เค็มด้วยสูตรทางใส่ใบเตยลงไป ผลปรากฏว่าทั้งน้ำยาล้างจานและไข่เค็มใบเตยได้ผลเป็นที่น่าพอใจ น้ำยาล้างจานสูตรใบเตยหอม นั้น นอกจากจะสามารถล้างจานและคราบมันได้สะอาดจุดแล้ว ยังสามารถนำไปล้างผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยน เช่น การนำไปล้างขวดนมเด็ก ด้วยกลิ่นที่หอมจากใบเตยและการผลิต

จากธรรมชาติอย่างใบเตยนั้น ทำให้ไม่เกิดอันตรายต่อเด็กด้วย ในส่วนของไข่เค็มก็เช่นกัน ด้วยกรรมวิธีในการทำที่ผสมใบเตยหอมลงทำให้ไข่เค็มไม่มีกลิ่นคาว นอกจากไม่คาวแล้ว สำหรับรสชาติของไข่เค็มใบเตยหอมก็ยังมีรสชาติที่อร่อย และมีกลิ่นหอมของใบเตยปนนิดหน่อยในขณะที่รับประทานอีกด้วย

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล พบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอมอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการบริหาร การขนส่ง ด้านการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และด้านช่องทางการจำหน่าย มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอม รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการทำน้ำยาล้างจาน และไข่เค็ม จากใบเตย ด้านการบริหารจัดการการขนส่ง มีการจัดส่งสินค้าเองเพิ่มขึ้นตามความต้องการของลูกค้า ไม่ต้องรอพ่อค้ากลางมารับ ด้านด้านการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ มีการจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ และการบรรจุหีบห่อให้งานต่อการขนส่ง และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการเพิ่มช่องทางการออนไลน์ การขายออนไลน์ผ่านทาง Facebook , ผ่านทาง Line เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับใบเตยหอมทำให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ได้แปรรูปเพิ่มจากการขายแต่ใบเตยเพิ่มจากรายได้ปกติของครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้ที่ได้รับต่อเดือน และช่วยลดการสูญเสียในการรอการขนส่งใบเตย ซึ่งอาจมีการมารับล่าช้าหรืออาจเกิดเหตุการณ์ใบเตยล้นตลาด ซึ่งได้นำมาแปรรูปจะทำการลดการสูญเสียได้ และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยารัตน์ คุณชมพู่ (2554). ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้ 4 รูปแบบ 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มียี่ห้อสินค้าการค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะในการจัดจำหน่าย 2. การแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการบรรจุข้าวประเภทต่าง ๆ ในกล่องที่สวยงามออกจำหน่าย และได้แปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นผงพอกหน้าข้าวหอมมะลิ ทุ้งกุลา ร้องไห้ (Jasmine Rice Powder Mask Thung Kula Ronghai)

บรรจุของจำหน่าย มีสรรพคุณช่วยให้ใบหน้าและผิวหนังเต่งตึง ผ่องใส ลดการอักเสบของผิว และปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวหอมมะลิ เช่น โคลนพอกหน้า เซรั่มจากข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างหน้าข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างมือ ข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างข้าวหอมมะลิ ครีมอาบน้ำ โลชั่น และสครับ โดยใช้แบรนด์ ESANA เพื่อให้เกิดความเป็นสากล 3. การจัดหาสถานที่จำหน่าย มีการจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์ การออกร้านจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า และวางขายให้แก่นักท่องเที่ยว 4. การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ มีการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นช่องทางการจัดจำหน่าย อ้างถึงใน (ธนชาติ นุ่มนนท์, 2561) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Digital Transformation คือการพัฒนา Platform มิใช่แค่การสร้าง Product หรือ Service เรามักจะได้ยินคำว่า Platform และคำกล่าวที่ว่าในยุคปัจจุบันธุรกิจจะต้องปรับตัวเองมาสร้าง Platform ไม่ใช่ Product หรือ Service และมักยกตัวอย่างของ Alibaba, Uber, Google, Facebook หรือ Airbnb บางท่านก็เข้าใจความหมายของคำว่า Platform แต่บางท่านก็อาจเข้าใจไปว่าการสร้าง Platform คือการนำสินค้าหรือบริการของเราเข้าสู่ระบบดิจิทัล ไปทำ Online marketing บ้าง, พัฒนา Digital Product บ้างเช่นการทำ Online courseware หรือบ้าง

ก็ไปพัฒนา e-Commerce website ด้วยความเข้าใจว่านั่นคือการปรับธุรกิจเข้าสู่ Platform ธุรกิจจะเป็น Platform นั้นจะมีนัยสำคัญอยู่สามอย่างคือ Distinct types of customers คือจะต้องมีประเภทของลูกค้ามากกว่าหนึ่งประเภทเช่น Airbnb อาจมีเจ้าของห้องพักที่เป็นลูกค้าของ Platform และก็มีผู้ที่ต้องการหาที่พักซึ่งก็เป็นลูกค้าของ Platform อีกประเภทหนึ่ง Direct interaction คือจะต้องให้ลูกค้าเหล่านั้นสามารถติดต่อสื่อสารหรือทำธุรกรรมได้โดยตรง Facilitating เจ้าของ Platform จะเป็นผู้ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ Platform โดยไม่ได้เข้าจัดการเรื่องต่างๆโดยมากเกินไป Business Platform ไม่ใช่เรื่องใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมด้านตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมโลจิสติกส์ให้มีกิจกรรมที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆต่อไป
2. ควรมีการศึกษากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทางการเกษตร ให้มีความหลากหลายเพิ่มจากเดิมเช่น นำมาทำเครื่องหอม หรือผลิตภัณฑ์ทำผิว ฯลฯ

บรรณานุกรม

- กมลชนก สุทธิวัฒนฤพณี, ศลิษา ภูมิสถิตย์ และจักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2546). *การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์*. สำนักพิมพ์ท็อป. กัลยารัตน์ คุณชมภู. (2554). *การสร้างมูลค่าราคาให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องอำเภอมะนังจังหวัดลำพูน*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กาญจน์วชิ ฐนโชติรุ่งสาทิศ. (2557). *ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยในเส้นทางขนส่งจากจังหวัดนครสวรรค์-ส่งออกต่างประเทศ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ชัยณัฐกร หล้าแหล่ง. (2559). *การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ทุเรียนในภาคใต้*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ณัฐพล วัฒนไชย. (2561). *การปรับปรุงกระบวนการด้านโลจิสติกส์ตั้งแต่การจอร์จนจนถึงจัดส่งสินค้าของบริษัทโลจิสติกส์แห่งหนึ่ง*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2560). *กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมน้ำตาล*. กรมศีกษาโรงงานน้ำตาลวังขนาย. มหาวิทยาลัยราชภัฏขอนแก่น.
- ธนชาติ นุ่มนนท์, 2561. *Digital Transformation คือการพัฒนา Platform มิใช่แค่การสร้าง Product หรือ Service*. [Online] <https://thanachart.org/2018/03/24/digital-transformation-คือการพัฒนา-platform-มิใช่แค่/>. (1 ตุลาคม 2563)

ธนิต โสรัตน์. (2550). *การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*. ประทุมทอง พรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด.

พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. *โลจิสติกส์ก้าวอย่างประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์*.

รัชวรรณ ลิ้มวิวัฒน์กุล และประดับ ประสาทแก้ว (2535) การ ศึกษา ผล ของ ใบ เติย หอม ต่อ หัวใจ และ การ ไหล เวียน เลือด.

วิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (2019): พฤษภาคม-สิงหาคม, 115-129. สุภาพ, 2550.

สุนทร น้อมเกียรติกุล และ ณัฐชา ชำรงโชติ (2562). การตัดสินใจเลือกซื้อปลาอะโรวาน่าผ่านช่องทางออนไลน์เฟซบุ๊ก. *วารสารสห*

CSCMP: Council of Supply Chain Management Professionals. 2006. Supply Chain Management and Logistics Definition. [Online] <http://www.cscmp.org/Website/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp>.

(1 October 2020)

Handfield, R.B. and Nichols, E.L. (1999), *Introduction to supply chain Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Lambert, D.M., Baker, A., Huynen, L., Haddrath, O., Herbert, P.D.N. and Millar, C.D. (2003). Is a Large-Scale DNA-Based Inventory of Ancient Life Possible. *Journal of Heredity* 96(3): 279-284

Mentzer, John T. et al. "Defining Supply Chain Management." *Journal of Business Logistics*. 22, 2 (2001): 1-25.

ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ
ศึกษาเฉพาะพื้นที่เทศบาลตำบลชากไทย อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

Legal problems related to rights of the elderly in getting the appropriate support
from the government: a case study on the problems in the Chak Thai subdistrict
area municipality Khao Khitchakut district Chanthaburi province

อาทิตยา โภคสุทธิ์¹ ทศนีย์ เงินสุข² และ ปัทมา มัญขุนากร³

Athidaya Pokkasut, Tassanee Ngernsuk and Putthama Munchunakorn

Article History

Received: December 2, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 14, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงแนวความคิดและหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ได้แก่ ภารกิจของรัฐ ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง และหลักการกระจายอำนาจ และศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ได้แก่ กฎหมายระหว่างประเทศ และกฎหมายภายในประเทศ และทำการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงที่ได้จากพื้นที่กรณีศึกษาคือ เทศบาลตำบลชากไทย อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหามีเกี่ยวกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

จากการศึกษาพบว่า นโยบาย แนวความคิดและหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุมีแนวทางสนับสนุนต่อการรับรองสิทธิผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุต้องได้รับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรี ได้รับการพิทักษ์และคุ้มครองให้พ้นจากการถูกละเมิดสิทธิ นอกจากนั้น ยังได้กำหนดให้มีหน่วยงานที่ให้บริการด้านผู้สูงอายุทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมดำเนินการอย่างใดก็ตาม เมื่อได้ทำการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐซึ่งได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 พบว่า เกิดปัญหาทางด้านกฎหมาย 3

¹⁻² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Faculty of Law, Rambhai Barni Rajabhat University *Corresponding author Email: athidaya.p@rbru.ac.th

³ นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

ประเด็นปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาขอบเขตของผู้ทรงสิทธิ ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุได้รับ และปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิ ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาและทำให้สิทธิของผู้สูงอายุได้เกิดผลเป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ

คำสำคัญ: ปัญหาทางกฎหมาย สิทธิของผู้สูงอายุ

Abstract

The research aimed to study concepts and principles related to rights of the elderly for gaining appropriate support from the state. The research points included primary functions of state, theory of rights and freedoms, principles of legality of administrative action, decentralization, and principles of laws regarding to the elderly for acquiring the proper support from the state, international laws and national laws. The research also aimed to compare data collected from the research areas including Chak Thai Subdistrict Municipality in Khao Khitchakut District in Chanthaburi Province. The data collected from the in-depth interview will be analyzed as the next stage in order to propose guidelines for solutions related to rights of the elderly for the right support from the state.

The research findings revealed that the policies, concepts, and principles for rights of old persons have supported rights of the elderly meaning an elderly individual has all the rights to be treated with dignity and respect for the personal integrity of the individual and free from human rights violations. Besides, the collaboration between public and private sectors should be created to provide services to the elderly. When the national laws on human rights about old persons including Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 and the Act on the Elderly B.E. 2546 were studied, three important legal problems were found as follows: the problems of rights holder's scope, rights which old persons have gained, and Local Administration Organization's authority in accessibility to rights of old persons management. The researcher has approved to have law improvement for practical rights of the elderly.

Keywords: Legal Problems, Rights of the Elderly

บทนำ

ผู้สูงอายุเป็นการให้ความหมายของระยะชีวิตระยะหนึ่งของมนุษย์ โดยมุ่งพิจารณาในเชิงคุณค่าทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิ เกียรติ และศักดิ์ศรี ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว นับตั้งแต่สังคมได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรม โดยมีแนวความคิดว่า เมื่อคนส่วนใหญ่ที่อยู่ในฐานะลูกจ้างได้ทำงานถึงวัยหนึ่งที่ประสิทธิภาพลดลงก็จะถูกให้ออกจากงาน โอกาสในการหางานทำลดลง กลายเป็นผู้ด้อยโอกาสและเกิดปัญหาในสังคม

ขึ้น นอกจากนั้น ยังเกิดความเจ็บป่วยทุพพลภาพจึงทำให้ต้องได้รับการดูแลเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ครอบครัวและชุมชนไม่สามารถจัดการได้ดีเท่าที่ควร ประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้วจึงให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุโดยการให้ความช่วยเหลือ การให้สวัสดิการ และบริการ การให้บำนาญ ส่งผลทำให้ต้องกำหนดเส้นแบ่งหรือนิยามให้กับบุคคลที่มีวัยเข้าสู่ระยะที่จะได้รับสวัสดิการ บริการ สิทธิประโยชน์ และความช่วยเหลือจากรัฐองค์การสหประชาชาติ ประเมินสถานการณ์ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2544-2643 จะเป็นศตวรรษ

แห่งผู้สูงอายุหมายถึง การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรรวมทั่วโลก การเปลี่ยนโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) จึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งในระดับนานาชาติและระดับชาติ โดยปัญหาท้าทายที่สำคัญคือ จะทำอย่างไรให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีเงินไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพในวัยหลังเกษียณ ในขณะที่การเกื้อหนุนทางการเงินจากบุตรก็มีแนวโน้มลดลง และปัญหาสุขภาพที่มีมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล หากผู้สูงอายุมีฐานะทางการเงินที่ไม่ดีก็ไม่สามารถเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่ดีได้ (ชัยวัฒน์ พุดซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวรสิน, 2561) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของนโยบายการบริหารจัดการระบบสวัสดิการพื้นฐานของภาครัฐเพื่อดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชากรสูงอายุ โดยผู้กำหนดนโยบายของประเทศจำเป็นต้องวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงการพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดด้อยของระบบอย่างถี่ถ้วนและรอบด้าน

ปัจจุบัน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้มีบทบัญญัติรับรองเกี่ยวกับผู้สูงอายุใน 2 ส่วน โดยในส่วนแรกได้บัญญัติรับรองไว้ในหมวดสิทธิและเสรีภาพ และในส่วนที่สองได้บัญญัติรับรองไว้ในแนวนโยบายแห่งรัฐ ใน พ.ศ. 2546 มีการตราพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ขึ้นใช้บังคับโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยโดยการให้เงินช่วยเหลือเพื่อการยังชีพ เพื่อให้ได้รับสวัสดิการที่จำเป็น และในช่วง พ.ศ. 2558 ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ตามมาตรา 17(4) โดยมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ การจัดสวัสดิการ และการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุคือ กรมกิจการผู้สูงอายุ สังกัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งปฏิบัติการภายใต้การบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชมรมผู้สูงอายุเป็นแกนหลักในการดำเนินการ ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นมีพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มาตรา 16 ได้บัญญัติถึงอำนาจหน้าที่ของเทศบาลเพื่อดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุไว้

จากการศึกษาบทบัญญัติทางกฎหมายในเบื้องต้น พบปัญหาที่สำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ 1) ปัญหาเรื่องผู้ทรงสิทธิตามรัฐธรรมนูญ 2) ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้การช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม และ 3) ปัญหาเรื่องอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติรับรอง

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมมาตรการต่าง ๆ รวมทั้งมาตรการทางกฎหมายเพื่อรองรับสถานการณ์นี้ โดยจะศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุซึ่งบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันกับหลักเกณฑ์หรือพันธกรณีระหว่างประเทศที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมผูกพัน เพื่อตรวจสอบกับแนวความคิดและหลักเกณฑ์ที่สำคัญในการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ เช่น ภารกิจของรัฐ ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง หลักการกระจายอำนาจ และทำการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงที่ได้จากพื้นที่ตัวอย่างคือ เทศบาลตำบลชากไทย อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี ซึ่งถือว่าเป็นชุมชนที่เป็นสังคมผู้สูงอายุแล้ว เนื่องจากมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 17 ของประชากรทั้งหมด การเริ่มต้นศึกษาในพื้นที่ขนาดเล็กและรวบรวมข้อมูลต่อเนื่องและสามารถนำมาเชื่อมต่อกันได้ ย่อมทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากตัวกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย ปรากฏให้เห็นชัดเจนถูกต้องมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการวิเคราะห์กฎหมายว่าหลังจากที่ได้ประกาศใช้บังคับไปแล้ว เกิดผลกระทบต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านบวกและด้านลบอย่างไร ผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงแนวความคิดและหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐซึ่งได้แก่ ภารกิจของรัฐ ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง และหลักการกระจายอำนาจ

2. เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุ ในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐซึ่งได้แก่ กฎหมายระหว่างประเทศ และกฎหมายภายในประเทศ

3. เพื่อทบทวนและวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาและวิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา ดังนี้

1. ประเด็นที่เป็นปัญหา ได้แก่

1.1 ปัญหาในการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ

1.2 ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

2. ประเด็นด้านกฎหมายและทฤษฎี กฎหมายและทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นกฎหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ดังนี้

2.1 กฎหมายระหว่างประเทศ ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการระหว่างประเทศมาดริดว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ ปฏิญญาบัวลาล์เปร์ร่าว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ: การเพิ่มขีดความสามารถของผู้สูงอายุในอาเซียน และปฏิญญาบรูไนดารุสซาลามว่าด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว: การดูแลผู้สูงอายุ

2.2 กฎหมายภายในประเทศ ประกอบด้วย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542

3. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ภารกิจของรัฐ ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง และหลักการกระจายอำนาจ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยกำหนดกลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ ผู้สูงอายุและผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการดูแลผู้สูงอายุในพื้นที่เทศบาลตำบลชากไทย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ

ศึกษาเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงคือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ตามประเด็นปัญหาวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

พื้นที่ศึกษาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเฉพาะเทศบาลตำบลชากไทย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาวิจัยนี้มีแนวคิด ทฤษฎี กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ ได้แก่ 1) แนวความคิดพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ 2) ภารกิจของรัฐ 3) ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ 4) หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง 5) หลักการกระจายอำนาจ และ 6) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ มีรายละเอียดดังนี้

1. แนวความคิดพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

นานาชาติได้ตื่นตัวในประเด็นปัญหาเรื่องผู้สูงอายุ ทำให้เกิดความร่วมมือในการกำหนดหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ แนวทางดังกล่าวส่งผลต่อการกำหนดนโยบายภายในประเทศไทย แม้ว่าโดยเนื้อหาของกฎหมายระหว่างประเทศนั้นจะเป็นกฎหมายที่ไม่มีสภาพบังคับ (Soft Law) แต่ก็ถือว่าเป็นจารีตประเพณีที่ภาคีสหประชาชาติจะนำไปปฏิบัติ

แผนปฏิบัติการระหว่างประเทศมาดริดว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ เป็นพันธกรณีระหว่างประเทศที่ได้กำหนดแนวปฏิบัติหลัก 3 ประการได้แก่ ประการแรก ผู้สูงอายุกับการพัฒนา ประการที่สอง การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะให้กับผู้สูงอายุ และประการที่สาม การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

ปฏิญญาบัวลาล์เปร์ร่าว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ: การเพิ่มขีดความสามารถของผู้สูงอายุในอาเซียน ซึ่งสนับสนุนการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถของผู้สูงอายุ ในเรื่องการเตรียมการเพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดี สนับสนุนครอบครัว ผู้ทำหน้าที่ดูแลและชุมชนในการให้บริการดูแลผู้สูงอายุ การตระหนักถึงสิทธิ การเข้าถึงบริการสาธารณะ การกำหนดเรื่องผู้สูงอายุในนโยบายระดับชาติ การส่งเสริมด้านบุคลากรและสารสนเทศ การพัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ รวมทั้งการพัฒนาเครือข่ายสมาคมผู้สูงอายุ

ปัญญาบรรณในตราสาลามว่าด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว: การดูแลผู้สูงอายุมีแนวทางในการพัฒนาระบบการสนับสนุนทางสังคมและการศึกษา เพื่อเพิ่มพูนความสามารถของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุ ให้การดูแลและการสนับสนุนที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ ทั้งในรูปแบบของอาสาสมัครชุมชน และรูปแบบการดูแลแบบทางเลือกโดยครอบครัวและชุมชน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยการสร้างเงื่อนไขที่เอื้อต่อการพึ่งพาตนเองและการทำงานเชิงเศรษฐกิจ การเข้าถึงสวัสดิการ และบริการทางสังคม แหล่งทรัพยากร การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการศึกษาตลอดชีวิต และการมีส่วนร่วมในชุมชน

สำหรับประเทศไทย โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้จัดทำรายงานผลการดำเนินการภายใต้กรอบพันธกรณี มีสาระสำคัญคือ ในประเด็นผู้สูงอายุและการพัฒนา ได้มีการตราพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 และแผนพัฒนาผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545-2546 (ปรับปรุงแก้ไขปี พ.ศ. 2552) ซึ่งกำหนดให้มีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการร่วมดูแลและจัดให้มีบริการสาธารณะแก่ผู้สูงอายุในบริบทที่ครอบคลุมและหลากหลายทางด้านสุขภาพ สวัสดิการสังคม เศรษฐกิจ และอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ส่วนประเด็นสูงวัยอย่างสุขภาพดีและมีสุขภาวะ ได้จัดทำโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า การให้บริการสุขภาพที่บ้าน การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุเพื่อช่วยเหลือเคลื่อนไหว และประเด็นด้านสร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนและเหมาะสม ได้สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ

ประเทศไทยมีการเตรียมการเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ โดยพบว่ามีความคิดและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้ (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2549) เป้าหมายการดำเนินการด้านผู้สูงอายุนั้น จะต้องทำให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี พึ่งตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตและมีหลักประกัน ประชาชน ครอบครัว ชุมชน องค์กรภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการกิจด้านผู้สูงอายุ โดยมีแนวทาง 5 ประการคือ ประการแรก ประชากรผู้สูงอายุที่มีสถานภาพที่ดี สุขภาพดีทั้งกายและจิต ครอบครัวอบอุ่นมีสังคมที่ดี มีหลักประกันที่มั่นคง ได้รับสวัสดิการและการบริการที่เหมาะสมอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรีพึ่งตนเองได้ มีส่วนร่วม มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ประการที่สอง ผู้สูงอายุที่ทุกข

ยากและต้องการการเกื้อกูล หากมีการดำเนินการที่เหมาะสมช่วยให้ผู้สูงอายุเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง ประการที่สาม ครอบครัวและชุมชนเป็นสถาบันหลักในการเกื้อหนุนผู้สูงอายุ ประการที่สี่ ระบบสวัสดิการและบริการจะต้องสามารถรองรับผู้สูงอายุให้สามารถดำรงอยู่กับครอบครัวและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประการที่ห้า รัฐจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในระบบบริการ

ในแผนสำหรับผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2525-2544) เป็นแผนที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการประชุมสมัชชาสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2521 มีสาระสำคัญเร่งรัดให้มีกฎหมายประกันสังคมที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้สูงอายุในด้านสวัสดิการ การขยายศูนย์บริการและศูนย์สงเคราะห์ผู้สูงอายุ เคลื่อนที่ให้มากยิ่งขึ้น จัดสวัสดิการทางสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ เช่น ที่อยู่อาศัย สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และนันทนาการที่เหมาะสมกับวัย การให้สิทธิในการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีเงินได้แก่ผู้สูงอายุ และลดหย่อนภาษีเงินได้ให้แก่บุคคลซึ่งอุปการะผู้สูงอายุไว้ในครอบครัว ซึ่งมีเป้าหมายให้ผู้สูงอายุได้อยู่กับครอบครัวอย่างอบอุ่น ได้รับการเคารพนับถือและการดูแลเอาใจใส่จากลูกหลาน และควรลดความสำคัญในบทบาทของการเป็นผู้หารายได้มาเลี้ยงครอบครัวลง ผู้สูงอายุซึ่งไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้และไม่ได้รับการคุ้มครองดูแลจากครอบครัวได้รับการดูแลเอาใจใส่จากสังคม ผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของครอบครัวและชุมชนตามความถนัดและความสามารถ และผู้สูงอายุได้รับข่าวสาร ข้อมูล รวมทั้งคำแนะนำถึงวิธีการดูแลรักษาพยาบาล เพื่อให้สามารถปรับตนเองให้เข้ากับสภาพความเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ได้

ต่อมาได้มีการประกาศใช้แผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) มีวิสัยทัศน์ว่า “ผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีประโยชน์ต่อสังคมและสมควรส่งเสริมให้คงคุณค่าไว้ให้นานที่สุด แต่ในกรณีที่ตกอยู่ในสถานะจะต้องพึ่งพิงผู้อื่น ครอบครัวและชุมชนจะต้องเป็นด่านแรกในการเกื้อกูลเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงอยู่ในชุมชนได้อย่างมีคุณภาพที่สมเหตุสมผลให้นานที่สุด โดยมีสวัสดิการจากรัฐเป็นระบบเสริม เพื่อให้เกิดหลักประกันในวัยสูงอายุ และความมั่นคงทางสังคม” มีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้มีกรอบและแนวทางปฏิบัติสำหรับส่วนต่าง ๆ ในสังคม แบ่งออกเป็นแผนยุทธศาสตร์ 5 หมวด ดังนี้ หมวดที่หนึ่ง

ยุทธศาสตร์ด้านการเตรียมความพร้อมของประชากร เพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ มีมาตรการหลัก 3 ประการ คือ มาตรการหลักประกันด้านรายได้เพื่อวัยสูงอายุ มาตรการให้การศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต และมาตรการปลูกจิตสำนึกให้คนในสังคมตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ หมวดที่สอง ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมผู้สูงอายุ เป็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านต่าง ๆ ของผู้สูงอายุในทุกด้านโดยประกอบด้วย มาตรการหลัก 6 ประการ คือ มาตรการส่งเสริมความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันดูแลตนเองเบื้องต้น ส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน และสร้างความเข้มแข็งขององค์การผู้สูงอายุ ส่งเสริมด้านการทำงานและหารายได้ของผู้สูงอายุ สนับสนุนให้ผู้สูงอายุซึ่งมีศักยภาพ ส่งเสริม สนับสนุนสื่อทุกประเภทให้มีรายการเพื่อผู้สูงอายุ และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้ และสามารถเข้าถึงข่าวสารและสื่อและมาตรการสุดท้ายคือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัย หมวดที่สาม ยุทธศาสตร์ด้านระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ให้ความสำคัญกับระบบบริการสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุ มีมาตรการหลัก 4 ประการได้แก่ มาตรการคุ้มครองด้านรายได้ มาตรการหลักประกันด้านสุขภาพ มาตรการด้านครอบครัว ผู้ดูแล การคุ้มครอง มาตรการระบบบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน หมวดที่สี่ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนางานด้านผู้สูงอายุระดับชาติและการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ มีมาตรการหลัก 2 ประการ ได้แก่ มาตรการการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนางานด้านผู้สูงอายุระดับชาติ และ มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ หมวดที่ห้า ยุทธศาสตร์การประมวลและพัฒนาองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ และการติดตามประเมินผล การดำเนินการตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ มีมาตรการหลัก 3 มาตรการ ได้แก่ มาตรการสนับสนุน และส่งเสริมให้หน่วยงานวิจัยดำเนินการประมวลและพัฒนาองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุที่จำเป็น

2. การกิจของรัฐ

ในรัฐสมัยใหม่ การกิจของรัฐแบ่งได้เป็นการกิจหลักและการกิจรองของรัฐกล่าวคือ (ชาญชัย แสวงศักดิ์, 2557) การกิจหลักของรัฐเป็นการกิจที่รัฐจะต้องทำเพราะเป็นสัญลักษณ์ของรัฐและอำนาจอธิปไตย การกิจเช่นว่าเป็นอำนาจผูกขาดของรัฐที่ผู้ปกครองใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ส่วนรวม ส่วน

การกิจรองของรัฐคือ การกิจที่รัฐอาจจะทำด้วยตนเองหรือไม่ก็ได้โดยรัฐอาจมอบหมายให้ปัจเจกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำภารกิจของรัฐเพื่อประโยชน์ส่วนรวมได้ เช่น การศึกษา การสังคมสงเคราะห์ การจัดองค์กรทางเศรษฐกิจและการแบ่งปันทรัพยากร การขนส่งมวลชน การสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์ การกิจของรัฐยังสามารถเชื่อมโยงไปถึงแนวความคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการมีรัฐซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่กันไปเสมอ แบ่งออกเป็น 2 แนวทางด้วยกันคือ (บุญศรี มีวงศ์ อุโฆษ, 2555) แนวทางเชิงปฏิเสธ โดยปฏิเสธว่ารัฐไม่จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์แต่อย่างใดคือ รัฐไม่จำเป็นต้องมีการกิจใด ๆ ด้วย ผู้ที่มีแนวความคิดแนวนั้นจึงกลายเป็นผู้สนับสนุนการปกครองระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ส่วนแนวทางที่สองเป็นแนวทางที่ตรงกันข้ามกับแนวทางแรกคือ รัฐมีขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์จึงจำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์และการกิจประชาชนย่อมสามารถตรวจสอบได้เสมอว่าการบริหารประเทศหรือการบริหารรัฐสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้มีการกำหนดขึ้นไว้แล้วหรือไม่

แนวความคิดเรื่องภารกิจของรัฐนั้นสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้บัญญัติรับรองสิทธิของผู้สูงอายุไว้ซึ่งเกิดผลในทางกฎหมายให้องค์กรของรัฐต้องกระทำให้สิทธิเกิดขึ้นจริง

ไม่กระทำละเมิดต่อสิทธิ และให้ความคุ้มครองสิทธินั้นด้วย มีข้อพิจารณาต่อไปว่าแล้วจะถือเป็นการกิจหรือหน้าที่ของรัฐหรือไม่เห็นได้ว่า การกิจในการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุเป็นการกิจลำดับรองของรัฐ ทำให้การจัดทำภารกิจสามารถมอบหมายให้องค์กรอื่นนอกจากรัฐหรือไม่ก็ได้ ทางเลือกในการจัดทำภารกิจย่อมมีความคล่องตัวมากกว่า ประกอบกับในการให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่นั้นย่อมมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน

การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ในการจัดทำภารกิจย่อมมีความเหมาะสม ตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงตามวัตถุประสงค์มากขึ้น หรือในกรณีที่ท้องถิ่นไม่มีความเชี่ยวชาญก็อาจมอบหมายให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการแทนได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ

สิทธิ ได้แก่ ประโยชน์ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองให้ ซึ่งหมายความว่า เป็นประโยชน์ที่กฎหมายรับรองว่ามีอยู่ และเป็นประโยชน์ที่กฎหมายคุ้มครองมิให้มีการละเมิดสิทธิ รวมทั้งบังคับให้เป็นไปตามสิทธิในกรณีที่มีการละเมิดด้วย (หยุด แสงอุทัย, 2556) ส่วนเสรีภาพหมายถึง สภาพการณ์ที่บุคคลมีอิสระในการที่จะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งตามความประสงค์ของตน เสรีภาพจึงหมายถึง อำนาจในการกำหนดตนเองโดยอิสระของบุคคลที่จะกระทำการใดหรือไม่กระทำการใดอันเป็นอำนาจที่มีเหนือตนเอง (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2558) สิทธิและเสรีภาพก่อให้เกิดผลในทางกฎหมายมหาชน 3 ประการ คือ (ภิรัชญา วัฒนรุ่ง, 2556) ประการแรก การรับรองและคุ้มครองสิทธิ สิทธิและเสรีภาพโดยกฎหมายสูงสุดคือรัฐธรรมนูญซึ่ง ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย เสรีภาพในชีวิตและร่างกาย เสรีภาพในชีวิตส่วนตัว เสรีภาพทางปัญญาและศีลธรรม และเสรีภาพเศรษฐกิจและสังคมมหาชน ประการที่สอง เสรีภาพของบุคคลนั้นหากไม่มีการจำกัดเลย แต่ละบุคคลย่อมใช้เสรีภาพของตนอย่างเต็มที่ซึ่งนำไปสู่ภาวะอนาธิปไตย ดังนั้น รัฐจึงมีหน้าที่ในการรักษากติกาการใช้เสรีภาพของบุคคลเรียกว่า การแทรกแซงของรัฐเพื่อจัดระบบการคุ้มครอง ประการที่สาม คือ การมีองค์กรชี้ขาดที่เป็นอิสระและทำให้การละเมิดกฎหมายที่คุ้มครองเสรีภาพหมดไปเพื่อให้การคุ้มครองเสรีภาพบังเกิดผลอย่างเต็มที่

ในเรื่องสิทธิของผู้สูงอายุนั้นได้รับการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 เป็นสิทธิในประเภท status positivus หมายถึง กลุ่มของสิทธิที่ใช้สิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลมีอาจจะบรรลุความมุ่งหมายได้หากปราศจากการเข้ามาดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งจากฝ่ายรัฐ สิทธิและเสรีภาพประเภทนี้แสดงออกมาในรูปของสิทธิประเภทสิทธิเรียกร้อง เช่น สิทธิในการได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สิทธิในการรับบริการทางสาธารณสุข สิทธิได้รับการเลี้ยงดูและการศึกษาอบรมจากรัฐของเด็กและเยาวชน สิทธิที่จะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐของบุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปี สิทธิได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะและความช่วยเหลือจากรัฐของผู้พิการ และสิทธิที่จะใช้สิทธิทางศาล เป็นต้น ภารกิจของสิทธิและเสรีภาพจึงมีหน้าที่ในการเรียกร้องให้รัฐกระทำการที่มุ่งหมายเพื่อคุ้มครองผู้อ่อนแอกว่าในทางสังคม มักจะจำกัดอยู่เฉพาะกับสิทธิขั้นพื้นฐานในการดำรง

ชีพของมนุษย์ เช่น ที่อยู่อาศัย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เรื่องเกี่ยวกับสาธารณสุข หรือสาหรณูปโภคต่าง ๆ ซึ่งหลักการที่บัญญัติไว้ในสิทธิขั้นพื้นฐานที่รัฐธรรมนูญรับรองนั้นจะเป็นจริงในทางปฏิบัติได้ต่อเมื่อรัฐได้ดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุความมุ่งหมายตามสิทธิดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม รัฐเองย่อมมีข้อจำกัดในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น ข้อพิจารณาสำคัญสำหรับการกระทำของรัฐดังกล่าวคือ รัฐจะต้องกระทำไปตามหลักความเสมอภาค กล่าวคือ จะต้องปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันสำหรับสิ่งที่มีเหมือนกันในสาระสำคัญ และปฏิบัติให้แตกต่างกันสำหรับสิ่งที่มีความแตกต่างกันในสาระสำคัญ

โดยหลักทั่วไปแล้วสิทธิและเสรีภาพย่อมผูกพันต่อองค์กรใช้อำนาจมหาชนทั้งหลาย กล่าวคือ (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2547) ความผูกพันของสิทธิและเสรีภาพต่อฝ่ายนิติบัญญัตินั้นมีหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของสิทธิขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพ ซึ่งฝ่ายนิติบัญญัติมีความผูกพันที่จะต้องกำหนดรายละเอียดให้เป็นไปตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด เพื่อให้สิทธิและเสรีภาพนั้นสามารถมีผลเป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ ฝ่ายนิติบัญญัติยังต้องถูกผูกพันกับการบัญญัติกฎหมายไม่ให้กระทบกับสิทธิและเสรีภาพอีกประการหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดข้อจำกัดแก่ฝ่ายนิติบัญญัติในการออกกฎหมายอีกด้วย เช่น การออกกฎหมายที่จำกัดสิทธิและเสรีภาพจะต้องระบุบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญที่ให้อำนาจในการตรากฎหมายหรือการจำกัดสิทธิและเสรีภาพต้องมีผลเป็นการทั่วไปและไม่มุ่งหมายให้ใช้บังคับแก่กรณีใดกรณีหนึ่งหรือแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเจาะจง การจำกัดสิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญนั้นจะกระทบกระเทือนสาระสำคัญแห่งสิทธิและเสรีภาพมิได้ การจำกัดสิทธิและเสรีภาพจะต้องเป็นไปตามหลักความได้สัดส่วน จึงอาจกล่าวได้ว่า สิทธิและเสรีภาพอาจก่อให้เกิดความผูกพันต่อฝ่ายนิติบัญญัติในรูปของการให้ฝ่ายนิติบัญญัติกระทำการ แต่ในขณะเดียวกันสิทธิและเสรีภาพก็อาจเป็นข้อจำกัดฝ่ายนิติบัญญัติในลักษณะของการไม่กระทำการในขณะเดียวกันด้วย

4. หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครอง

หลักนิติรัฐได้มีสาระสำคัญต่อการกระทำทางปกครอง คือ (สมยศ เชื้อไทย, 2558) การปฏิบัติราชการของฝ่ายปกครองต้องอยู่ในขอบเขตแห่งกฎหมายและไม่ขัดต่อกฎหมาย การตัดทอนหรือลิดรอนอำนาจสิทธิและเสรีภาพของประชาชนจะ

กระทำได้อีกเมื่อมีกฎหมายให้อำนาจเท่านั้น กฎหมายต้องมีความเสมอภาค ในกรณีที่กฎหมายให้อำนาจดุลพินิจแก่ฝ่ายปกครอง ฝ่ายปกครองต้องใช้ดุลพินิจโดยชอบด้วยกฎหมาย โดยศาลมีอำนาจในการควบคุมตรวจสอบความชอบด้วยกฎหมาย หลักความชอบด้วยกฎหมายจึงหมายความว่า (ชาญชัย แสวงศักดิ์, 2555) นิติกรรมทุกอย่างของรัฐที่กระทำโดยบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลต้องสอดคล้องกับตัวบทกฎหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐธรรมนูญ ดังนั้น บรรดาการกระทำทั้งหลายของฝ่ายบริหารจะต้องชอบด้วยกฎหมายที่ตราขึ้นโดยองค์กรของรัฐฝ่ายนิติบัญญัติกล่าวคือ องค์กรของรัฐฝ่ายปกครองจะมีอำนาจสั่งการให้ราษฎรกระทำการหรือละเว้นกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดได้ ก็ต่อเมื่อมีบทบัญญัติแห่งกฎหมายให้อำนาจไว้อย่างชัดเจน และต้องใช้อำนาจนั้นภายในกรอบที่กฎหมายกำหนด กฎหมายจึงเป็นทั้งที่มาและข้อจำกัดการใช้อำนาจของฝ่ายปกครอง (สมยศ เชื้อไทย, 2552)

หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครองประกอบด้วยหลักการย่อย 2 หลักการคือ (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2554) หลักการกระทำทางปกครองต้องไม่ขัดต่อกฎหมายกำหนดให้ฝ่ายปกครองต้องผูกพันตนต่อกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่จริงในบ้านเมือง ในกรณีที่ฝ่ายปกครองออกคำสั่งทางปกครองโดยอาจมีได้ใน 2 ลักษณะ คือ (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2553) กรณีที่มีกฎหมายกำหนดให้ฝ่ายปกครองต้องปฏิบัติ องค์กรฝ่ายปกครองย่อมมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดไว้ แต่หากกฎหมายไม่ได้กำหนดหน้าที่ให้ฝ่ายปกครองต้องปฏิบัติโดยเป็นกรณีที่ต้องกระทำปกครองต้องตัดสินใจดำเนินการตามแผนการปกครอง เช่น การสร้างสวนสาธารณะ ฝ่ายปกครองยังมีหน้าที่ต้องละเว้นไม่กระทำการดังกล่าวให้ขัดต่อกฎหมายบ้านเมืองที่บังคับใช้อยู่ ซึ่งมาจากหลักความเป็นเอกภาพของอำนาจรัฐและความเป็นเอกภาพในระบบกฎหมาย เพราะหากปล่อยให้ฝ่ายปกครองกระทำการอันขัดต่อกฎหมายได้โดยไม่มีผลร้ายใด ๆ กฎหมายที่รัฐตราขึ้นเพื่อใช้บังคับก็จะเป็นความหมายอีกหลักการหนึ่งได้แก่ หลักไม่มีกฎหมายไม่มีอำนาจโดยการกำหนดให้ฝ่ายปกครองจะกระทำการใด ๆ ได้จะต้องมีฐานทางกฎหมายรองรับนั้น เพื่อให้ประชาชนสามารถคาดหมายได้ล่วงหน้าซึ่งจะกำหนดโดยฝ่ายปกครองไม่ได้ และตามหลักการประกันสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐาน (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2554)

ในเรื่องสิทธิของผู้สูงอายุนั้นเป็นภารกิจของฝ่ายปกครองประการหนึ่งที่จะต้องกระทำการทางปกครองไม่ว่าจะเป็นการออกคำสั่งอนุญาตอนุมัติให้ผู้สูงอายุได้รับเงิน การจัดให้ที่อยู่อาศัย การจัดทำบริการสาธารณะ การจัดซื้อจัดจ้างเพื่อประโยชน์ของผู้สูงอายุ หรือการออกระเบียบในการใช้ประโยชน์เหล่านี้แม้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จะบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของรัฐในการให้ความช่วยเหลือและคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ แต่ฝ่ายปกครองซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งของรัฐจะกระทำการใดโดยพลการตามอำเภอใจไม่ได้ หากแต่ต้องมีกฎหมายที่บัญญัติให้อำนาจฝ่ายปกครองดำเนินการ ว่า เป็นอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานใด เป็นราชการส่วนกลางหรือราชการส่วนภูมิภาคหรือราชการส่วนท้องถิ่น มีขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างไร และฝ่ายปกครองที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายยังต้องดำเนินการภายใต้ขอบเขตของกฎหมายด้วย

5. หลักการกระจายอำนาจ

การกระจายอำนาจเป็นการจัดสรรหรือแบ่งปันอำนาจการตัดสินใจอันเกี่ยวข้องกับกิจการสาธารณะของรัฐส่วนกลางไปยังหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นรูปแบบหนึ่งที่รัฐหรือราชการส่วนกลางโอนอำนาจการปกครองหรือบริหารบางส่วนบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบริการสาธารณะให้รับไปดำเนินการแทนภายในอาณาเขตของแต่ละท้องถิ่น โดยมีลักษณะสำคัญคือ เป็นการจัดตั้งองค์กรนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจากส่วนกลาง มีสภาและผู้บริหารท้องถิ่นมีอำนาจอิสระในการปกครองตนเองได้ตามควร มีงบประมาณและเจ้าหน้าที่เป็นของตัวเอง ราชการส่วนกลางเพียงกำกับดูแลมิใช่บังคับบัญชา มีจุดแข็งในการตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้ดีขึ้น แบ่งเบาภารกิจของส่วนกลาง

ภารกิจในการให้ความช่วยเหลือและคุ้มครองสิทธิผู้สูงอายุมีลักษณะเป็นบริการสาธารณะที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยของแต่ละพื้นที่ เช่น สภาพพื้นที่ สภาพอากาศ สาธารณูปโภค หรือสภาพเศรษฐกิจในพื้นที่ อายุหรือสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ การมีโรคประจำตัว การกระจายอำนาจในการจัดทำให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความสำคัญในการเลือกทำบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในพื้นที่ได้รวดเร็วมากกว่าส่วนกลาง มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ดี

6. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มีรายละเอียด ดังนี้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีบทบัญญัติรับรองเกี่ยวกับผู้สูงอายุใน 2 ส่วน โดยในส่วนแรกได้บัญญัติรับรองไว้ในหมวดสิทธิและเสรีภาพ มาตรา 48 วรรคสอง ซึ่งบัญญัติว่า “บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีและไม่มียาได้เพียงพอแก่การยังชีพ และบุคคลผู้ยากไร้ย่อมมีสิทธิได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ” และในส่วนที่สองได้บัญญัติรับรองไว้ในแนวนโยบายแห่งรัฐ มาตรา 71 วรรคสาม ซึ่งบัญญัติว่า “รัฐพึงให้ความช่วยเหลือ...ผู้สูงอายุ...ให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และคุ้มครองป้องกันมิให้บุคคลดังกล่าวถูกใช้ความรุนแรงหรือปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม รวมตลอดทั้งให้การบำบัด พันฟูและเยียวยาผู้ถูกระทำการดังกล่าว” ซึ่งในบทบัญญัติของทั้งสองมาตรานี้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในมาตรา 48 วรรคสองเป็นบทบัญญัติที่ว่าด้วยสิทธิ ก่อให้เกิดผลคือรัฐและหน่วยงานของรัฐต้องมีหน้าที่ในการเคารพ คุ้มครองสิทธิ การกระทำขององค์กรรัฐจะล่วงละเมิดสิทธิที่รัฐธรรมนูญบัญญัติรับรองไม่ได้ อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิของผู้ทรงสิทธินั้นอีกด้วย ส่วนบทบัญญัติในมาตรา 71 วรรคสามเป็นบทบัญญัติในเรื่องแนวนโยบายแห่งรัฐ ซึ่งเป็นกรอบหรือแนวทางในการบริหารของรัฐว่าจะมีนโยบายในเรื่องการกล่าวเป็นอย่างไร แต่ก็มีได้มีผลบังคับในทางกฎหมายชัดเจนเท่ากับการบัญญัติไว้ในบทบัญญัติในเรื่องสิทธิและเสรีภาพซึ่งเป็นการรับรองสิทธิขั้นสูงสุด

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยโดยการให้เงินช่วยเหลือเพื่อการยังชีพ เพื่อให้ได้รับสวัสดิการที่จำเป็น แต่ก็มุ่งเน้นที่การจัดตั้งกองทุนเพื่อให้เงินช่วยเหลือเป็นหลัก พิจารณาได้จากบทบัญญัติเกี่ยวกับที่มาของเงินกองทุนที่กำหนดให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเกี่ยวกับสินค้าสุราและยาสูบในอัตราร้อยละสองจัดส่งเข้ากองทุน และให้คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ

ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานในการจัดสรรเงินเพื่อการยังชีพดังกล่าว และในมาตรา 11 ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้สูงอายุให้ได้รับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุน อาทิ การบริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่จัดไว้โดยให้ความสะดวกและรวดเร็วแก่ผู้สูงอายุเป็นกรณีพิเศษ การศึกษา การศาสนา และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพหรือฝึกอาชีพที่เหมาะสม การพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม การรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่ายหรือชุมชน เป็นต้น

เมื่อ พ.ศ. 2553 ได้มีประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องการกำหนดหน่วยงานผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 กำหนดผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบโดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดไว้ อาทิ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตตามมาตรา 11(2) การประกอบอาชีพหรือฝึกอาชีพที่เหมาะสมตามมาตรา 11(3) การพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม การรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่ายหรือชุมชนตามมาตรา 11(4) เป็นต้น

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มาตรา 16 ได้บัญญัติถึงอำนาจหน้าที่ของเทศบาลเพื่อดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุไว้ได้แก่ การสังคมสงเคราะห์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนชรา รวมทั้งหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการฝึกประกอบอาชีพ การลงทุน การจัดการศึกษา การจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น รวมทั้งการสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล นอกจากนั้นพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 มาตรา 17(4) ได้บัญญัติให้มีกรมกิจการผู้สูงอายุ มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ การจัดสวัสดิการ และการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุ ในสังกัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งปฏิบัติภารกิจภายใต้การบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชมรมผู้สูงอายุเป็นแกนหลักในการดำเนินการ

วิธีการศึกษา

ดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

การวิจัยเอกสาร

เป็นการวิจัยข้อมูลเอกสาร คือ

1. กฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ได้แก่ แผนปฏิบัติการระหว่างประเทศมาดริดว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ ปฏิญญากัวลาลัมเปอร์ว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ: การเพิ่มขีดความสามารถของผู้สูงอายุในอาเซียน และปฏิญญาบรูไนดารุสซาลามว่าด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว: การดูแลผู้สูงอายุ

2. กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542

3. ข้อมูลที่เป็นวรรณกรรมเกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

การสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ ในเขตเทศบาลตำบลชากไทย โดยมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 20 คนแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จำนวน 3 คน ผู้ที่มีอายุ 60-69 ปี จำนวน 7 คน และผู้ที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน กลุ่มผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 3 คน ผู้บังคับใช้กฎหมาย จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษา

เมื่อได้ศึกษานโยบายทั้งในระดับระหว่างประเทศ นโยบายภายในประเทศ แนวความคิดและหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุพบว่า มีหลักการสนับสนุนต่อการรับรองสิทธิผู้สูงอายุ โดยเฉพาะหลักการผู้สูงอายุขององค์การสหประชาชาติ ที่มีแนวทางรับรองให้สิทธิผู้สูงอายุในการมีอิสรภาพในการพึ่งตนเอง การมีส่วนร่วม การได้รับอุปการะเลี้ยง

ดู การบรรลุความต้องการของตนเอง ความมีศักดิ์ศรี ตลอดจนได้รับการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และเสริมภาพขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้รับโอกาสในการเข้าถึงบริการทางสังคมและกฎหมาย มีความปลอดภัยปราศจากการถูกแสวงหาผลประโยชน์และถูกทำร้ายร่างกายและจิตใจ

ทั้งนี้หลักการดังกล่าวส่งผลต่อการกำหนดนโยบายภายในประเทศที่ให้ความคุ้มครองผู้สูงอายุในแนวทางเดียวกัน โดยปัจจุบันในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560- 2564 และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ได้กำหนดแนวทางให้ผู้สูงอายุต้องได้รับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรี ได้รับการพิทักษ์และคุ้มครองให้พ้นจากการถูกทอดทิ้งและถูกละเมิดสิทธิ นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้มีหน่วยงานภาครัฐหลักที่ให้บริการด้านผู้สูงอายุได้แก่ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงสาธารณสุข และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ เช่น กระทรวงยุติธรรม กระทรวงมหาดไทยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการผู้สูงอายุให้มีแนวทางเฉพาะสำหรับการให้บริการผู้สูงอายุด้วย

อภิปรายผล

เมื่อได้ทำการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ เกิดปัญหาทางด้านกฎหมายสามารถซึ่งอภิปรายผลได้เป็น 3 ประเด็นปัญหาที่สำคัญ ได้แก่

1. ปัญหาขอบเขตของผู้ทรงสิทธิ

จากการศึกษาพบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ในหมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย มาตรา 48 วรรคสองได้บัญญัติให้ “บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีและไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพ... ย่อมมีสิทธิได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ” จะเห็นได้ว่าบทบัญญัติในมาตรานี้ นอกจากผู้สูงอายุในฐานะบุคคลทั่วไป ซึ่งได้รับความคุ้มครองสิทธิประเภทต่าง ๆ ตามที่รัฐธรรมนูญได้กำหนดเอาไว้แล้ว ในกรณีที่บุคคลนั้นมีอายุเกิน 60 ปีและไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพจะได้รับความคุ้มครองสิทธิเพิ่มขึ้นอีกประเภทหนึ่งตามมาตรา 48 วรรคสอง อย่างไรก็ตาม นอกจาก

จะกำหนดคุณสมบัติในเรื่องอายุของการเป็นผู้สูงอายุไว้เป็นเกณฑ์แล้ว ยังกำหนดเงื่อนไขว่าผู้สูงอายุที่จะได้รับสิทธินั้นจะต้องไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพด้วย จึงมีลักษณะเป็นการจำกัดตัดสิทธิของบุคคล ซึ่งแม้จะมีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไป ก็มีผู้ทรงสิทธิส่งผลทำให้การตีความบังคับใช้กฎหมายไม่ครอบคลุมแก่ผู้สูงอายุตามความเป็นจริง เพราะไม่ได้พิจารณาปัจจัยหรือองค์ประกอบอย่างอื่น เช่น ด้านประเพณีนิยม ด้านการปฏิบัติหน้าที่ทางร่างกาย ด้านการปฏิบัติหน้าที่ทางด้านจิตใจ ด้านความคิดเกี่ยวกับตนเอง ด้านความสามารถในการประกอบอาชีพ หรือด้านความกดดันทางอารมณ์และความเจ็บป่วย นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงความหมายของคำว่า ผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ที่เพิ่มเงื่อนไขให้ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและต้องมีสัญชาติไทยด้วยจึงจะเป็นผู้ทรงสิทธิ อันเป็นการเพิ่มเงื่อนไขอื่นนอกจากเงื่อนไขด้านอายุในการได้รับสิทธิของผู้สูงอายุเช่นกัน

2. ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุได้รับ

จากการศึกษาพบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีบทบัญญัติรับรองสิทธิของผู้สูงอายุคือ สิทธิได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ โดยรายละเอียดของสิทธินี้ให้ไปตามที่กฎหมายบัญญัติ ซึ่งต่อมา ก็ได้มีการตราพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 11 กำหนดให้ผู้สูงอายุมีสิทธิได้รับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ รวม 13 ข้อ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากำหนดประเภทของสิทธิไม่สอดคล้องกับที่รัฐธรรมนูญบัญญัติ และในการดำเนินการให้ผู้สูงอายุได้รับสิทธิจะต้องมีการเสนอเรื่องต่อนายกรัฐมนตรี เพื่อประกาศกำหนดให้หน่วยงานใดเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและมีลักษณะเป็นการแก้ไขปัญหาลูกเฉพาะหน้า นอกจากนี้ รายละเอียดของสิทธิตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 11 ยังไม่ชัดเจนสอดคล้องกับเนื้อหาหรือคุณภาพที่กำหนดไว้ตามหลักการของสหประชาชาติว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ ในด้านการได้รับการบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพดีตามมาตรา 11(1) ในด้านที่อยู่อาศัยตามมาตรา 11(10) ในด้านการจ่ายเงินเบี้ยยังชีพเป็นรายเดือนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และการจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพแก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยตามมาตรา 11(11) (11/1) และการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมตามมาตรา 11(9) ซึ่งยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่หลักการของสหประชาชาติกำหนด

3. ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิ

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิผู้สูงอายุมีหลายหน่วยงาน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีได้บัญญัติมอบหมายให้หน่วยงานใดเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับสิทธิของผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะ แต่ผลจากการได้บัญญัติรับรองสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐตามมาตรา 48 วรรคสอง ส่งผลทำให้รัฐต้องกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดำเนินการภารกิจดังกล่าวให้สำเร็จลุล่วง โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์มีอำนาจหน้าที่หลัก แต่อำนาจหน้าที่ในกฎหมายบางฉบับเป็นฝ่ายนิติบัญญัติ หรือฝ่ายบริหารอื่น เช่น กระทรวงยุติธรรม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เหล่านี้มีลักษณะขององค์กรเชิงรับมากกว่าที่จะเป็นองค์กรเชิงรุกที่ทำหน้าที่ทั้งการรับเรื่องร้องเรียนการบังคับใช้กฎหมายและการผลักดันเพื่อให้สิทธิของผู้สูงอายุได้รับการคุ้มครองสูงสุด นอกจากนั้นการจัดทำภารกิจขององค์กรดังกล่าวมักไม่บรรลุผลเท่าที่ควร เพราะการถูกแทรกแซงของฝ่ายบริหารและการเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายของฝ่ายบริหาร ตลอดจนการมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีหน้าที่ในการร่วมดำเนินการ แต่ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานดังกล่าวเพื่อให้การคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เมื่อพิจารณาภารกิจที่เกี่ยวข้องกับคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 พบว่า ภารกิจที่เกี่ยวข้องกับคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุแยกไปตามภารกิจของแต่ละหน่วยงานเดิม และได้รับการประสานงานจากกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เช่น ภารกิจการให้บริการทางการแพทย์และการสาธารณสุข หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือ กระทรวงสาธารณสุข หรือภารกิจทางการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในอาคารหรือสถานที่ หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือ กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย หรือภารกิจทางการจัดที่พักอาศัย อาหาร และเครื่องนุ่งห่ม หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้านผู้สูงอายุจากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในหลายด้าน เช่น เบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ สถานสงเคราะห์คน

ชรา เป็นต้น ซึ่งปัญหาด้านความซ้ำซ้อนของหน่วยงานในการดำเนินการ และปัญหาจากหน่วยงานของรัฐที่เพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามภารกิจย่อมก่อให้เกิดความเสียหายแก่สิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะประเด็นปัญหาหลัก

ประเด็นแรก ปัญหาขอบเขตของผู้ทรงสิทธิ ผู้วิจัยเห็นสมควรตัดเงื่อนไขที่เป็นการจำกัดสิทธิผู้สูงอายุตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546

ประเด็นที่สอง ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุได้รับ ผู้วิจัยเห็นสมควรปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ในเรื่องสิทธิของผู้สูงอายุที่ได้รับให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับหลักการขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยผู้สูงอายุ

ประเด็นที่สาม ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิ ผู้วิจัยเห็นสมควรปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 โดยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการดำเนินการ

2. ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

ในประเด็นปัญหาขอบเขตของผู้ทรงสิทธิ ผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะปรับปรุงแก้ไขรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 48 วรรคสอง มีข้อความดังนี้ “บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปี และบุคคลผู้ยากไร้ ย่อมมีสิทธิได้รับความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ” และปรับปรุงแก้ไข พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 คำว่า “ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป”

ในประเด็นปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุได้รับ ผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ดังนี้

ปรับปรุงแก้ไขมาตรา 11(1) ให้มีข้อความดังนี้ “เข้าถึงการบริการด้านการดูแลสุขภาพ เพื่อช่วยให้สามารถง่วนหรือฟื้นฟูสมรรถภาพทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ให้อยู่ในระดับที่สมบูรณ์ที่สุด และเพื่อช่วยป้องกันหรือชะลอการเกิดภาวะเจ็บป่วยให้แก่ผู้สูงอายุอย่างทั่วถึงเพียงพอ”

ปรับปรุงแก้ไขมาตรา 11(10) ให้มีข้อความดังนี้ “มีสิทธิได้รับอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย และเครื่องนุ่งห่ม อย่างเพียงพอ ซึ่งที่อยู่อาศัยนั้นต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย สามารถที่จะปรับให้เข้ากับสภาพจิตใจส่วนบุคคล และความสามารถของผู้สูงอายุที่เปลี่ยนแปลงไปได้

ผู้สูงอายุมีสิทธิที่จะพักอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเองได้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

สถานสงเคราะห์ซึ่งให้บริการเลี้ยงดูผู้สูงอายุจะให้บริการปกป้อง ค้ำครอง ฟื้นฟูสมรรถภาพ และกระตุ้นทางด้านจิตใจและสังคมของผู้สูงอายุได้ และต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและบรรยากาศที่เป็นมิตร ทั้งนี้ตามความเหมาะสมกับสภาพและความต้องการของผู้สูงอายุ”

ปรับปรุงแก้ไขมาตรา 11(11) ให้มีข้อความดังนี้ “การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุเป็นรายเดือนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม”

ปรับปรุงแก้ไขมาตรา 11(11/1) ให้มีข้อความดังนี้ “การจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยตามมาตรา 15/3”

ปรับปรุงแก้ไขมาตรา 11(9) ให้มีข้อความดังนี้ “การให้คำแนะนำ ปกป้อง ดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องในทางคดี หรือในทางการแก้ไขปัญหาคอขวด ทั้งนี้ผู้สูงอายุอาจดำเนินการเองหรือมอบหมายให้บุคคลอื่น หรือหน่วยงานของรัฐ เป็นผู้ดำเนินการแทนก็ได้”

ในประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิ ผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 11 วรรคสองและวรรคสาม ให้มีข้อความดังนี้

“ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการโดยเร็ว ทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับภารกิจในการจัดให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึงสิทธิจะเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับใด หรือจำเป็นต้องประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานหนึ่งหน่วยงานใดของกระทรวงหรือทบวงในราชการบริหารส่วนกลาง ราชการบริหารส่วนภูมิภาค หรือรัฐวิสาหกิจ ขึ้นตอนในการประสานความร่วมมือ ตลอดจนงบประมาณในการดำเนินการให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

หน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ซึ่งมีหน้าที่ในการปฏิบัติภารกิจตามที่กำหนดไว้ในมาตรานี้ ละเลยหรือเพิกเฉย หรือไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติภารกิจ หรือไม่ปฏิบัติภารกิจดังกล่าวภายในเวลาอันสมควร อันเป็นการกระทำความผิดต่อหน้าที่ราชการตามประมวลกฎหมายอาญา ให้ศาลเพิ่มโทษที่จะลงแก่หน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ดังกล่าวอีกหนึ่งในสาม”

3. ข้อเสนอแนะด้านนโยบายและการบริหารจัดการ

การดำเนินเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับการคุ้มครองสิทธินั้น ในนโยบายควรมีแนวทางในการตรวจสอบประเมินผลการปฏิบัติภารกิจและทำการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุได้รับสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้มากที่สุด หน่วยงานของรัฐที่ควรมีบทบาทในการบริหารจัดการเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับหรือเข้าถึงสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติคือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการกระจายอำนาจจะทำให้การให้บริการสาธารณะประเภทต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทัวถึง

และมีประสิทธิภาพ มากกว่าส่วนราชการหรือการรัฐวิสาหกิจอื่น ตลอดจนควรมีการจัดทำความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดียิ่งขึ้น

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาภาคปฏิบัติเฉพาะในพื้นที่ระดับตำบล ซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลพื้นฐานในที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุได้รับในเฉพาะพื้นที่ การศึกษาถึงปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่ผู้สูงอายุในพื้นที่อื่น ๆ ย่อมมีความสำคัญ เพราะจะทำให้พบปัญหาที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไปตามปัจจัยแต่ละพื้นที่ ส่งผลทำให้คำตอบในงานวิจัยนั้นเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย หากจังหวัดจันทบุรีหรือภูมิภาคตะวันออก ตลอดจนระดับประเทศ ได้มีการศึกษาถึงปัญหานี้อย่างครอบคลุมแล้วจะทำให้การกำหนดนโยบาย ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามปณิญาสากล

บรรณานุกรม

- ชัยวัฒน์ พุ่มซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวิชารสิน. (2561). แนวทางการแก้ไขปัญหาลำบากของผู้สูงอายุของประเทศไทย. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 25-35.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2555). *คำอธิบายกฎหมายปกครอง*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2557). *กฎหมายรัฐธรรมนูญ แนวคิดและประสบการณ์ของต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ดาร์รัตน์ อานันท์และสุวงศ์ และคนอื่นๆ. (2562). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายหรือมาตรการเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสิทธิของผู้สูงอายุ: กรณีการเลือกปฏิบัติในผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นันท์วัฒน์ บรรณานันท์. (2553). *กฎหมายปกครอง*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. (2547). *หลักการพื้นฐานของสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตามรัฐธรรมนูญ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. (2558). *หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- บุญศรี มีวงศ์อุโฆษ. (2555). *กฎหมายมหาชนเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูริชญา วัฒนรุ่ง. (2556). *หลักกฎหมายมหาชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรเจตน์ ภาคิรัตน์. (2554). *กฎหมายปกครองภาคทั่วไป*. กรุงเทพฯ: นิติราษฎร์.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2549). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมยศ เชื้อไทย. (2552). *หลักกฎหมายมหาชนเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สมยศ เชื้อไทย. (2558). *ความรู้กฎหมายทั่วไป*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- หยุด แสงอุทัย. (2556). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน
ในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
Community Product Development Guidelines under the Identity and Story
of Community ways in Khlong Khuean Sub-district, Khlong Khuean District,
Chachoengsao Province

วิชุดา จันทรเวอร์จน์¹ กิตติวงศ์ สาสวด² และ ณฐ สบายสุข³

Vichuda Junveroad Kitiwong Sasuad and Natha Sabaisuk

Article History

Received: February 02, 2022

Revised: February 20, 2022

Accepted: February 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 200 ราย จากกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนตำบลคลองเขื่อน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 20 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ผลิตสินค้าที่มีระดับการปฏิบัติทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมมีระดับการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตำบลคลองเขื่อนควรสร้างราย

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer, Faculty of Management Sciences Rajabhat Rajanagarindra University

E-mail: Vichuda_koy@hotmail.com *Corresponding author

² นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer, Faculty of Management Sciences Rajabhat Rajanagarindra University

ได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ในขณะเดียวกัน มีการเผยแพร่อัตลักษณ์ผ่านการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยยังคงรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมไว้ ชุมชนตำบลคลองเขื่อนมีระบบเศรษฐกิจเป็นของตนเอง มีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต ปัญหาด้านการผลิตสินค้าของชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้แก่ วัตถุดิบในพื้นที่หายาก และมีราคาแพง ต้นทุนการผลิตสูงแต่ขายได้ในราคาต่ำ สมาชิกขาดความร่วมมือ ความสามัคคี และความรับผิดชอบ การพัฒนาต้องเริ่มจากฐานวัฒนธรรมชุมชน ต้องรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมที่ชุมชนมีอยู่มาประยุกต์สร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ตลอดจนภาครัฐควรมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ และมีการบูรณาการร่วมกันในหลายหน่วยงาน 2) ควรพัฒนาและฟื้นฟู ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตลอดจนภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน ควรสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนตำบลคลองเขื่อนในตราสินค้าเพื่อสร้างรายได้ เพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมไว้

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อัตลักษณ์ วิถีชุมชน ตราสัญลักษณ์

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the identity and story of the community ways, production conditions, community product development and participation in network partners in the Khlong Khuean sub-district, Khlong Khuean District, Chachoengsao Province and 2) to study guidelines for community product development in building a link between the logo and the buyer in the Khlong Khuean sub-district. This study is quantitative research and qualitative research. The sample used for quantitative research was comprised of 200 specific samples from the producers. The statistics used for data analysis were frequency, mean, standard deviation. The sample used for qualitative research consisted of section by focus group a 20 key informants, analyzed the data through content analysis. The results of the study were as follow:

1) Analysis results Arithmetic mean and standard deviation. Opinion of the product manufacturers on the six operational levels showed that the overall level of practice was at a moderate level. Local culture, marketing success uniqueness of products, technology, use of creative economy concepts difficulty to copy. The Khlong Khuean sub-district is to create income and improve the quality of living of villagers in the community for a sustainable better. A traditional way of life is preserved. At the same time, identity is spread through tourism. Community leaders create activities to connect with tourism. While maintaining the traditional way of life of Khlong Khuean sub-district community has its own economic system. There is family and community as a production unit. Problems in the production of products of the Klong Khuean community include Local raw materials are scarce and expensive, the cost of production is high, but can be sold at a low price. Members lack cooperation, unity and responsibility. Development must start from the community culture base. It is necessary to restore the traditional values that the community has to apply and create new alternatives in accordance

with the current social situation. As well as the government sector should play an important role in supporting the success of the community operations and being integrated together in many departments.

2) It should be developed and restored local culture marketing success uniqueness of products, technology, use of creative economy concepts and develop products that are difficult to imitate. As well as the government sector plays an important role in supporting the success of the community operations. There is mutual integration of many departments. The identity and story of the Klong Khuean community lifestyle should be created in the brand to generate income and improve the livelihoods of the villagers in the community for a sustainable better. The community leaders have created activities to connect with tourism while preserving the traditional way of living.

Keyword: Community product development, Identity, Community ways, Logo

บทนำ

จากความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ประกอบกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิทยาการที่ทันสมัย ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้ามามีส่วนในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของภาคการผลิตและภาคบริการอื่น ๆ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับภาคสร้างสรรค์ (Creative Sector) หรือสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Assets) เลย เช่น การเปลี่ยนการเกษตรแบบดั้งเดิมให้กลายเป็นการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ด้วยการนำความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีไปพัฒนากระบวนการผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าผลผลิต เป็นต้น ซึ่งในหลายประเทศให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น นโยบายที่สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงเข้าหากัน (Crossover) ระหว่างนักออกแบบกับธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น (พณิศา มิตรภักดี, ออนไลน์, 2561)

เมื่อกล่าวถึงอัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ตนเองว่า คือใคร และดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้แก่บุคคล เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา กล่าวโดยอีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์เกิดจากการนิยามว่าตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นในสังคมอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกอัตลักษณ์

ดังกล่าว ดำรงอยู่ว่าเรารับรู้เกี่ยวกับตนเอง อย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่นๆ ด้วย (Gilroy, 1997) ซึ่งยุคสมัยนี้เป็นยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมเปลี่ยนไปในรูปแบบที่ต่างกันไป การนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนที่มาจากอัตลักษณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นร่วมกันบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่มตน ซึ่งมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ และสมาชิกในกลุ่มตนมีความเข้าใจ ตระหนัก และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันโดยอัตลักษณ์ชุมชนที่เกิดขึ้นมาจากการสร้างวัฒนธรรมทางสังคมเกิดจากการบ่มเพาะภายในสังคมในระยะเวลาหนึ่งที่ไม่หยุดนิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Elliott & Du Gay, 2009)

วัฒนธรรมและการออกแบบเป็นสองสิ่งที่สามารถอยู่ร่วมกันได้ เพียงแต่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ตรงกันเสียก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมตะวันออกนั้น เรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ฝังรากลึกจนกลายเป็นจุดแข็งและต้นทุนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ (พลอย มัลลิกะมาส, ออนไลน์, 2554) เมื่อวิเคราะห์ในเชิงความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ที่แสนยาวนาน ความละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งหากคนในชาติมีความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตรงกันแล้ว จะทำให้การออกแบบภายใต้

ได้กรอบของวัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ร่วมสมัย และทำได้ง่ายโดยไม่ยากเย็นนัก สังคมไทยได้เข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์และกระแสทุนนิยมทำให้กระแสความสนใจและความสำคัญต่อวัฒนธรรมวิถีชุมชนท้องถิ่นมากขึ้นรัฐบาลจึงมีนโยบายให้ชุมชนและท้องถิ่นรื้อฟื้นและอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนเองอันเนื่องมาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ดังกล่าว วัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ในวิถีชุมชนจึงเป็นจุดขายของชุมชนและท้องถิ่นซึ่งเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวนมาก การส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟู วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่างๆ โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลจึงทำให้ชุมชนหลายแห่งในสังคมไทยเกิดการตื่นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมาใหม่แสดงถึงความรู้สึกของความเจริญงอกงามที่แสดงออกมาในรูปของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา และการยอมรับของบุคคลในสังคม (ทรงคุณ จันทจร, พิสิษฐ์ บุญไชย และไพรัช ถิตย์ผาด, 2552)

จากการลงพื้นที่เพื่อค้นหาโจทย์วิจัยของคณะผู้วิจัยพบว่า ยังไม่มีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ในวิถีชุมชนมากำหนดลงในตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นจุดขายของชุมชนและท้องถิ่นดังกล่าว ประกอบกับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มีภารกิจที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งให้มหาวิทยาลัยดำเนินการภายใต้นโยบายหนึ่งมหาวิทยาลัยหนึ่งจังหวัดและสอดคล้องกับแนวทางการบริการวิชาการแก่สังคมและสอดคล้องกับภารกิจตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏและสอดคล้องกับเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาจะต้องมีกิจกรรมบูรณาการงานวิจัยกับภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยและนำผลการวิจัยสู่การใช้ประโยชน์กับท้องถิ่น โดยการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความยั่งยืน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มีการดำเนินการกิจด้านการวิจัยเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นที่พึ่งของประชาชน เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการมีผลต่อการพัฒนาชุมชนด้านวิชาการ จากการสำรวจข้อมูลที่ผ่านมาพบว่าอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการได้ลงพื้นที่เพื่อทำงานวิจัย

ในหลายพื้นที่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา แต่มีอยู่หนึ่งพื้นที่คือชุมชนตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทราที่ยังไม่มีงานวิจัยในชุมชน ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยเช่นกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยสังกัดสาขาวิชาการจัดการและเป็นบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ จึงอยากมีส่วนร่วมในการทำวิจัยเชิงพื้นที่ของคณะวิทยาการจัดการ จึงได้เสนอการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นการบอกเล่าความเป็นมา สร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับลูกค้าและการสร้างอารมณ์ที่มีต่อสินค้าเพื่อให้เข้าใจลูกค้าเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าด้วยอารมณ์และความรู้สึกที่เหนือเหตุผล ท้ายที่สุดจะนำมาซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยั่งยืนและมีความต้องการของลูกค้ามากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยกำหนดการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี (Mixed Research) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ออกแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณของ Cochran (1977) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) กลุ่มตัวอย่าง 200 ราย โดยเลือกแบบเจาะจงโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากกลุ่มประชากรผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าชุมชนตำบลคลอง

เขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลผลด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสนทนากลุ่ม เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้าและบริการในชุมชนตำบลคลองเขื่อน โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญแบบเจาะจง จำนวน 10 ราย ผู้นำชุมชนจำนวน 5 ราย และบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 ราย รวม 20 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับลูกค้าในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. หน่วยงานราชการนำไปกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนชุมชนและท้องถิ่นนำไปพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ
3. การคืนข้อมูลผลการวิจัยสู่ชุมชนตำบลคลองเขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อชุมชนได้แนวทางไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและการเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการที่มีคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70 มีอายุ 18-30 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 มีรายได้รวมทั้งสิ้นต่อเดือน จำนวน 10,001-20,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ผลิตสินค้าที่มีระดับการปฏิบัติทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมมีระดับการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจากมากไปน้อยพบว่า ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าการสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนตำบลคลองเขื่อนในตราสินค้าเพื่อสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ ในขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่อัตลักษณ์เหล่านั้นผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จะต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ คือ การรักษาธรรมชาติ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นด้วยกระบวนการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมอื่นๆ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยยังคงรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นการมีโฮมสเตย์ได้ ขยายประสบการณ์การเรียนรู้ รวมถึงการทำของที่ระลึกเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในตำบลคลองเขื่อน ผู้นำชุมชนได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง เกิดการรวมกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ชุมชนตำบลคลองเขื่อนมีระบบเศรษฐกิจเป็นตัวเอง มีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต มีเป้าหมายของตัวเองคือมุ่งให้ครอบครัวพอเพียงที่จะดำรงชีพได้และชุมชนอยู่รอด ผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองแม้อาจผลิตเพื่อขายเพื่อให้ได้เงินมาเลี้ยงครอบครัว ปัญหาด้านการผลิตสินค้าของชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้แก่ วัตถุดิบในพื้นที่หายากและมีราคาแพง ต้นทุนการผลิตสูงแต่ขายได้ในราคาต่ำ สมาชิกขาดความร่วมมือ ความสามัคคี และความรับผิดชอบ สมาชิกไปประกอบอาชีพอื่นเนื่องจากได้รับผลตอบแทนน้อย ภาครัฐไม่ค่อยดูแลช่วยเหลือ ชุมชนบริหารกันเอง ขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐกับชุมชน งบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอและต่อเนื่อง การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐมีน้อย การแก้ไขปัญหาด้านการผลิตร่วมกันของสมาชิกโดยส่วนใหญ่เงินทุนในการประกอบกิจการมาจากการระดมทุนของสมาชิกที่รวมกลุ่มกัน ปัญหาสำคัญที่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐไม่ค่อยดูแลช่วยเหลือปล่อยให้กรรมการบริหารกันเอง ขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐ งบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอ ภาครัฐไม่มีการฝึกอบรมให้สมาชิกอย่าง

ต่อเนื่อง และภาครัฐไม่เข้ามาช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น สิ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของการผลิตสินค้าชุมชน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก การสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ การรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความสัมพันธ์และการส่งเสริมการให้ความรู้กับผู้ผลิต ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ผลิต เนื่องจากมีผลต่อการบริหารจัดการสินค้า เช่น โครงการอบรมเรื่องการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าหรือบริการ กิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความต้องการสินค้าหรือบริการ

การสร้างอัตลักษณ์ต้องเริ่มจากการพัฒนาวัฒนธรรมชุมชน ต้องรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมที่ชุมชนมีมาประยุกต์สร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ไม่ใช่การถอยหลังไปสู่สังคมเก่าในอดีต ต้องสร้างแบบแผนการผลิตและแบบแผนการดำรงชีวิตขึ้นมาใหม่ภายใต้คุณค่าที่ดั่งตามแบบดั้งเดิม มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ช่วยสนับสนุนงบประมาณและให้คำแนะนำ การร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อคงความเป็นชุมชนไว้ มิใช่เน้นทุนนิยมที่คำนึงถึงแต่การต่อสู้แข่งขัน ควรมีการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นมาสู่องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น หรือเรียกว่า คีนอำนาจการตัดสินใจการดำเนินชีวิตให้แก่ชาวบ้าน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการวิจัยพบว่า ชุมชนตำบลคลองเขื่อนควรพัฒนาและฟื้นฟู ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ เนื่องจากผลการวิจัยมีการปฏิบัติในประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ตลอดจนภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ช่วยสนับสนุนงบประมาณและให้คำแนะนำ การร่วมมือช่วยเหลือควรรักษาธรรมชาติ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นด้วย

กระบวนการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้สร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน เพื่อสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ ในขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่อัตลักษณ์เหล่านี้ผ่านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนผู้นำชุมชนได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงเกิดการรวมกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อาจเป็นเพราะว่าชุมชนตำบลคลองเขื่อนให้ความสำคัญกับนวัตกรรมตราสินค้าสู่การสร้างตราสินค้าที่มีชีวิตซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดที่ต้องการสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้าด้วยการสร้างเรื่องราวและ อัตลักษณ์ เพื่อทำให้ผู้บริโภคที่รับรู้ถึงตราสินค้ามีความรู้สึกเชื่อมโยงกับตราสินค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันตราสินค้าที่มีชีวิต มีการทำการตลาดในรูปแบบใหม่มากมายหลายวิธี เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญและต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับความเป็นตัวตนมากขึ้น ทำให้การทำการตลาดต้องเปลี่ยนจากคนหมู่มากมาเป็นการตลาดแบบกลุ่มเฉพาะ สอดคล้องกับ สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2559) ได้ให้แนวคิดหลักของประเทศไทยในยุคสังคมดิจิทัลไว้ว่าเป็นอุตสาหกรรมอัจฉริยะโดยมนุษย์อัจฉริยะ (Smart Industry : Smart People) หมายถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยหลักการของนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี (ICT: Innovation, Creativity, Technology) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการสร้างคุณค่า (Value-Based Economy) ซึ่งฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้สำหรับธุรกิจขนาดย่อมก็ได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันไว้ว่า จุดมุ่งหมายของกลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดที่สำคัญนอกจากการทำให้ผู้บริโภคทั่วไปกลายเป็นลูกค้าก็คือการสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า ด้วยการใช้ความเชื่อมโยงจากผลิตภัณฑ์

เป็นตัวช่วยสร้างคุณค่าให้ตราสินค้ามีความโดดเด่น เกิดความแตกต่างระหว่างตราสินค้าคู่แข่ง โดยการวางตำแหน่งของตราสินค้าให้เกิดความชัดเจนในความต้องการ ตอบสิ่งคาดหวังของลูกค้าใหม่ และรักษาความรู้สึก ประสบการณ์ร่วมของลูกค้าเดิม ในที่สุดแล้ววัฒนธรรมและการออกแบบเป็นสองสิ่งที่สามารถอยู่ร่วมกันได้ เพียงแต่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ตรงกันเสียก่อน การออกแบบภายใต้กรอบของวัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องของความสร้างสรรค์ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เป็นเรื่องของเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด หรือรูปแบบการจัดการองค์การ นวัตกรรม นั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่เป็นรูปธรรม ที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือ ลักษณะที่เป็นนามธรรม ที่เป็นกระบวนการทำงาน กระบวนการคิด การออกแบบ วางแผน เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดเป็นมูลค่าใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับ พวงทอง วรณิเวชศิลป์ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาแบบการบริหารธุรกิจกลุ่มอาชีพกระเป๋าสานเส้นพลาสติกตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า การออกแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนจึงมีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ และยังสอดคล้องกับ เกศณีย์ สัตตรัตน์จวร, สยมภู อนุยะพันธ์ และอัจฉรา สุขจิตต์ (2558) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหลวงใต้ อำเภอลำปาง ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ ของชุมชนตำบลหลวงใต้จากการสังเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นคนเมืองซึ่งคนทางภาคเหนือจะเรียกตัวเองว่าเป็นคนเมืองโดยมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีเป็นคนเมืองอย่างแท้จริง สอดคล้องกับ มธูรา สวนศรี (2559) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ ของชุมชนที่มีส่วนส่ง

เสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเส้นทางกิจกรรม การปรับปรุงภูมิทัศน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และสอดคล้องกับ บุญเกียรติ ไทรชมภู (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบล เพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า กลุ่ม ประชากรให้ความเห็นด้วยในระดับมากในทุกประเด็น ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรรวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น แล้วจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรร่วมกันที่มีรูปแบบการจัดการผลิตและการตลาดให้ได้เหมาะสมสนองความต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้สามารถจำหน่ายได้ทุกวัน มีคณะกรรมการตรวจสอบประเมินผล ปรับปรุง พัฒนา ผลผลิตเป็นระยะ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้นและยังสอดคล้องกับ ขวัญเนตร อริยวงศ์พานิช และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดสินค้าศิลปหัตถกรรมของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด และพบว่าชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมทางด้านการการตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับ เอกชัย พุ่มดวง และยุสนีย์ ไสมัทศน์ (2559) ได้ศึกษากระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมตามแนวเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ ในตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จากผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม การวิเคราะห์ปัญหา และการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนการศึกษาจากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบเพื่อศึกษาเรียนรู้แนวทางในการบริหารจัดการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ การประกอบธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีขึ้น

ตอนในการจัดการความรู้ และ 3) กลยุทธ์การจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และยังสอดคล้องกับจุฑามาศ ทองแก้ว และคณะ (2559) ได้ศึกษาการบริหารจัดการภูมิปัญญา พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชือกมัดฟาง จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มจักสานเชือกมัดฟาง เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนมีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีโดยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกและได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากเทศบาลเมืองบ้านพลู ภายหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชือกมัดฟางร่วมกับคณะผู้วิจัยด้วยการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาจักสานรูปแบบใหม่ ได้แก่ กีบ ที่คาดผม หวีเสียบ ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ช่วยให้ผู้ใช้บริโภคเพิ่มความสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มความภูมิใจที่สามารถสืบทอดภูมิปัญญานี้ให้อยู่คู่ชุมชนสืบไป เมื่อพิจารณาปัจจัยของคุณลักษณะผู้ประกอบการพบว่า ระดับการศึกษาและประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการ มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะการนำเสนอภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า สามารถนำมาสะท้อนลงบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทต่างๆ ได้ ทั้งบนบรรจุภัณฑ์ขายปลีก ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างตราสินค้าในการที่จะสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากผู้แข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อเสนอแนะของ อารยา บุญทวี จินดา เนื่องจำนงค์ และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อส่งเสริมสินค้าในชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สถานศึกษาควรนำทุนทางวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอคลองเขื่อนมาจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่นของเรา โดยเชื่อมโยงกับนวัตกรรมสู่ไทยแลนด์ 4.0 และร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน แหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

จังหวัดฉะเชิงเทราจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ไหว้พระทางน้ำ การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับปราชญ์ชาวบ้าน การจัดรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเนื่องจากอำเภอคลองเขื่อน มีสวนมะม่วง มะพร้าว รวมทั้งมีศูนย์เรียนรู้การพัฒนาเศรษฐกิจต้นแบบที่สามารถนำมาพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยววิถีทางวัฒนธรรมและวิถีการเกษตร ซึ่งการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจการอยู่ร่วมกันโดยผ่านความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการพัฒนา ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน จึงสร้างธุรกิจทางเลือกที่มีหลักการดำเนินธุรกิจแตกต่างไปจากการทำธุรกิจโดยทั่วไป ซึ่งมุ่งกำไรเป็นด้านหลัก ธุรกิจทางเลือกเป็นการประกอบการโดยคำนึงถึงมิติด้านมนุษย์ สังคม วัฒนธรรมโดยรวม และมีการประกอบการหลากหลายประเภททั้งธุรกิจสร้างสรรค์ กิจกรรมเพื่อสังคม และธุรกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรพัฒนาสินค้าในชุมชนตำบลคลองเขื่อนให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ
2. ควรพัฒนาสินค้าโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลคลองเขื่อน
3. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ โดยให้มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
4. จัดตั้งเครือข่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถประสานความร่วมมือในทุกด้าน รวมทั้งเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น และการตลาด เพื่อให้เข้มแข็งและความยั่งยืนในการสร้างและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ พัฒนาและปรับปรุงผลผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยี เพื่อการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร
2. ควรหาตัวแปรใหม่ ๆ เพื่อนำไปศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในประเด็นอื่น ๆ ในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

- เกศณีย์ สัตตัตถนขจร, สยมภู อุณยะพันธ์, และอัจฉรา สุขจิตต์. (2558). *การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนตำบลหลวงใต้ อ.งาว จ.ลำปาง*. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 วิจัยเพื่อสร้างสรรค์ เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน คณะวิทยาการจัดการ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ วันที่ 20-21 ก.พ. 2558 ณ โรงแรมอิมเมิเพรส ถ.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่.
- ขวัญเนตร อริยวงศ์พานิช และคณะ. (2551). *ส่วนประสมการตลาดสินค้าศิลปหัตถกรรมของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทย*. มหาวิทยาลัยนเรศวร. ม.ป.ท.
- จุฑามาศ ทองแก้ว, ประพากรณ์ มานะกิจสมบุรณ์, เยาวลักษณ์ พรหมพัฒน์, ศิริมา ศ ทองลั่นจี, โสภิตา อุณา ตระกูล และ จุริรัตน์ บัวแก้ว. (2559). *การบริหารจัดการภูมิปัญญา พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชิงภูมิปัญญา*. วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. 8(1), 134-150.
- ทรงคุณ จันทกร, พิสิษฐ์ บุญชัย, และไพรัช ถิตย์ผาด. (2552). *คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ภาคกลาง และภาคใต้. รายงานการวิจัยศิลปและวัฒนธรรมอีสาน: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญเกียรติ ไทรชมภู. (2556). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร: กรุงเทพฯ.
- พลอย มัลลิกะมาส. (2554). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/businessindustrial/16302/#แปรรูป-วัฒนธรรมท้องถิ่น-อย่างไร...ให้ได้เงินล้าน>
- พวงทอง วรรณเวชศิลป์. (2561). *การพัฒนารูปแบบการบริหารธุรกิจกลุ่มอาชีพกระเป๋าสานเส้นพลาสติก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- พนิดา มิตรภักดี. (2561). สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2563 จาก <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/CreativeEconomyinAction>
- มธูรา สวนศรี. (2559). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารกระแสวัฒนธรรม. 17(31), 41-45.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). *แนวคิดประเทศไทย 4.0*. ไทยรัฐ ฉ.2.
- อารยา บุญทวี, จินดา เนื่องจำนงค์, และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์. (2561). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 20(1), 67-85.
- เอกชัย พุ่มดวง และยุสนีย์ โสมทัศน์. (2559). *กระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมตามแนวเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ ในตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Cochran W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Edn). Wiley, New York.
- Elliott, A., & Du Gay, P. (Eds.). (2009). *Identity in question*. Sage.
- Gilroy, P. (1997). *Diaspora and the Detours of Identity*. Open University Press.

บทบาทของสตรีที่มีต่อนาฏยศิลป์ไทย Women's Roles in Thai Classical Dance

นภัสรัญช์ มิตรธีรโรจน์¹ และ สุรพล วิรุฬห์รักษ์²

Napasranch Mittiraroj and Surapone Wirunrak

Article History

Received: May 16, 2021

Revised: August 23, 2021

Accepted: September 17, 2021

บทคัดย่อ

ในการรักษา สืบสาน และต่อยอดกระบวนการรำนาฏยศิลป์ไทยทั้งที่เป็นแบบละครหลวงและแบบร่วมสมัย หรือนาฏยประดิษฐ์ ล้วนขึ้นอยู่กับนาฏยศิลปินทั้งบุรุษและสตรี จากการศึกษาพบว่าบทบาทในการสืบสานนี้มีนาฏยศิลปินสตรีเป็นกุญแจสายโซ่สำคัญ ที่เชื่อมโยงความรู้และทักษะทางนาฏยศิลป์ไทยจากรุ่นสู่รุ่น ไม่ว่าจะเป็นนักแสดงหรือนาฏยศิลปิน นักนาฏยประดิษฐ์ ผู้กำกับ นายโรงหรือเจ้าของคณะละคร และครู บทความนี้จึงตั้งใจให้เห็นความเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่เป็นความสัมพันธ์ของบรรดานาฏยศิลปินสตรีที่แม้จะมีผลงานการสร้างสรรค์การแสดงในรูปแบบต่าง ๆ จากนาฏยศิลปินรุ่นใหม่ในปัจจุบันก็ยังสามารถมองเห็นได้ถึงความเป็นนาฏยศิลป์ไทยอย่างที่เคยมีมาในอดีต

คำสำคัญ: บทบาทสตรี, นาฏยศิลป์ไทย, ความสัมพันธ์ของสตรีในนาฏยศิลป์ไทย

Abstract

During the conservation, passing on, and value-adding of Thai classical dancing process, both the royal style, and contemporary choreography, have been created by both male and female artists. The study reveals that in the inheriting, female artists had been significant key chain which threaded both knowledge method and Thai classical performing art skills from generation to generation. Besides, from the social context in the past, the roles of women, given to them were; actresses, performing artists,

¹ นักศึกษาปริญญาเอก, คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Ph.D (Candidate), Faculty of Fine and Applied Arts Chulalongkorn University, E-mail: 6281014235@student.chula.ac.th

*Corresponding author

² อาจารย์ที่ปรึกษา, คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Advisor, Faculty of Fine and Applied Arts Chulalongkorn University

choreographers, teachers, directors, performing troupe leaders, to company owners, were mentioned. This article, thus, aims to identify the relationship of this connecting network, which although may be presented through various styles of the present day performing pieces of modern artists, still reflect the Thai classical performing arts as they once were in the past.

Keywords: Women's Roles, Thai Classical Dance, The relationship of women in Thai classical dance

บทนำ

นาฏยศิลป์ไทย ในที่นี้หมายถึง การฟ้อนรำ ระเบียบ ท่าเต้น เล่นละคร ของไทย ที่มีประวัติศาสตร์การสืบสานจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็นเวลายาวนาน ย้อนขึ้นไปได้ถึงปลายกรุงศรีอยุธยาต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ที่สร้างความผูกพันระหว่างครูและศิษย์ ประหนึ่งพ่อและแม่ที่แท้จริงของศิษย์ (กรมพระยาดำรงราชานุภาพ: 2546) นับแต่รัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศเป็นต้นมา การแสดงโขนเป็นเรื่องของผู้ชายเน้นความแข็งแรงและระเบียบวินัยของเหล่าทหารและมหาดเล็กฝึกการแสดง แต่การแสดงประเภทละครหลวงอันอ่อนช้อยนั้น เป็นบทบาทของนาฏยศิลป์สตรีแทบทั้งสิ้น และนาฏยศิลป์สตรีเหล่านี้ที่เป็นผู้ถ่ายทอดการแสดงแบบละครหลวงให้กับผู้ชายแสดงนอกวัง ยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ มีการร่วมนาฏยศิลป์ผู้แสดงโขนกับนาฏยศิลป์ละคร ผลก็คือนาฏยศิลป์สตรีได้มีโอกาสเรียนโขนพร้อมทั้งละคร และกลายเป็นกำลังสำคัญในการเป็นผู้สืบสานนาฏยศิลป์อันสำคัญนี้ต่อมา

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะอธิบายความสัมพันธ์ของบทบาทสตรีไทยในฐานะผู้สืบสาน รักษา ต่อยอดนาฏยศิลป์ไทยที่คงอยู่มาถึงปัจจุบัน ให้ได้รับความเข้าใจอย่างชัดเจน

บทบาทของนาฏยศิลป์สตรีไทยในประวัติศาสตร์นาฏยศิลป์ไทย

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงสันนิษฐานว่าละครผู้หญิง น่าจะเกิดขึ้น ตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระเพทราชา ถึงรัชสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ พ.ศ. 2231 - 2301 ซึ่งนางในเหล่านั้น น่าจะมีความปรารถนา ที่จะแสดงละครที่จับเป็นเรื่องราวบ้าง จึงได้เกิดการยืม เอาเครื่องแต่งกายและศิราภรณ์อย่างโขน และนำเรื่องราวจากวรรณคดี อย่างรามเกียรติ์ และอุณรุท มาใช้แสดงเรื่อยมา จนถึงรัชสมัยของสมเด็จพระที่นั่งสุริยาสน์อมรินทร์ พระเจ้าเอกทัศ (กรมพระยาดำรงราชานุภาพ: 2546 น.

325-328) ในยุคนี้นปรากฏนามสตรีคนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับนาฏยศิลป์ไทย 2 พระองค์ คือ เจ้าฟ้ากุณฑล และเจ้าฟ้ามงกุฎ ในฐานะผู้ประพันธ์วรรณกรรมเรื่องอิเหนา (กรมพระยาดำรงราชานุภาพ: 2546, น.308) นาฏยศิลป์สตรีทั้งสองพระองค์ได้สร้างสรรค์วรรณกรรมที่เป็นต้นเรื่องของวรรณกรรมไทยที่ถูกนำมาพัฒนาและใช้เป็นตัวบทเพื่อการแสดงละครมาจนถึงปัจจุบัน

หลังสงครามกอบกู้เอกราชของชาติสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงรวบรวมผู้คน และหนึ่งในนั้นก็คือ เจ้าฟ้าพิณวดี คือพระราชธิดาพระองค์หนึ่ง ในสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ นอกจากนี้ยังมีครูละครหลวงครั้งกรุงเก่าอีกหลายท่าน ได้แก่ จันอุษา และคุณชุ่ม คุณปราง และคุณฉิมกลุ่มนางละคร ซึ่งเป็นบุตรของเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (หนู) (สุรพล วิรุฬห์รักษ์: 2547) ได้มาร่วมกันเป็นกลุ่มนาฏยศิลป์สตรีในราชสำนักกรุงธนบุรีที่หัดละครหลวงขึ้นใหม่ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดนาฏยศิลป์ไทยในยุครัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้า จุฬาลงกรณ์ราช พระปฐมบรมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีซึ่งโปรดให้มีการฝึกหัดละครดั่งเช่นครั้งสมัยกรุงธนบุรีเช่นกันดังปรากฏนาม ได้แก่ บุญนาค (สีดา) ภู (สีดา) ศรี (สีดา) อิ่ม (อิเหนา) และภู (อิเหนา) (สุรพล วิรุฬห์รักษ์: 2547) มาเป็นผู้ฝึกหัดนาฏยศิลป์ในราชสำนักของพระองค์ ซึ่งได้ถวายตัวเป็นเจ้าจอมและเป็นหม่อมละครต่อมานั้นก็คือสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

จากตัวบทละครหลวงจากพระราชนิพนธ์ล้านเกล้ารัชกาลที่ 2 ซึ่งพระองค์มีพระราชประสงค์ให้มีการกำหนดแบบแผนกระบวนท่าการรำให้เป็นมาตรฐานร่วมกับเจ้าฟ้ากรมหลวงพิทักษ์มนตรีผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญโดดเด่นในฐานะครูละครใน (ผู้ชาย) สันนิษฐานว่าท่านได้รับการถ่ายทอดจากครูสตรีจากสมัยกรุงธนบุรีนั่นเอง หลังจากได้ขออนุญาตการปรับแก้ก็จะทรงถ่ายทอดให้นายทองอยู่ (พระ) และนายรุ่ง (นาง) นำไปหัดละคร

ให้คนอื่น ๆ ต่อไป สถานที่ที่ฝึกคือโรงละครต้นสน (หน้าประตูพรหมศรีสวัสดิ์) ในพระบรมมหาราชวัง นับเป็นโรงเรียนสอนการละครแห่งแรกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์

นอกจากนี้ยังมีนายบุญยัง (พระ) ผู้เป็นนายโรงเจ้าของคณะละครนอก ร่วมกับนายบุญมี (นาง) ที่มีฝีมือมีชื่อเสียงคนนิยมมากจนสามารถนำรายได้ส่วนหนึ่งไปสร้างวัดชื่อ วัดละครท่า มาร่วมถ่ายทอดความเป็นละครนอก ดังนั้นกล่าวได้ว่า เจ้าฟ้ากรมหลวงพิทักษ์มนตรี นายทองอยู่ (พระ) นายรุ่ง (นาง) นายบุญยัง ละครนอก(พระ)นายบุญมีละครนอก (นาง) บุคคลสำคัญทั้ง 5 (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น.241) เป็นผู้เริ่มต้นแบบแผนละครรำอันเป็นแบบมาตรฐานของกรุงรัตนโกสินทร์

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงมีพระราชอรรถาธิบายถึงสมเด็จพระราชปิตุลา (รัชกาลที่ 3) ว่าทรงรังเกียจการเล่นละครเป็นส่วนพระองค์ และไม่โปรดให้ผู้มีบรรดาศักดิ์หัดละคร แต่ก็ยังทรงยอมรับว่า การเล่นละครเป็นโบราณราชประเพณี จึงเห็นว่าย่อมมีคณะละครที่ยังฝึกหัดผู้หญิงและแสดงตามแบบแผนของละครหลวงในรัชกาลที่ 2 แบบเจียบๆ ดังนี้คือ ละครสมเด็จพระราชวังบวรมหาศักดิพลเสพหรือละครวังหน้า ละครเจ้าพระยาบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) และละครเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (น้อย) (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น.160) ดังนั้นคณะละครที่ตัวละครเป็นผู้หญิงในรัชสมัยนี้ จึงเหลือแค่เพียง 3 คณะ (เรื่องเดียวกัน น.252)

เมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในหลวงรัชกาลที่ 4 ทรงมีพระบรมราชานุญาต ให้ทั้งที่เป็นพระบรมวงศานุวงศ์ ขุนนาง และชาวบ้าน สามารถมีละครผู้หญิงได้ ประเด็นสำคัญนี้จึงทำให้บทบาทของนาฏยศิลป์ชายลดลงและนั่นทำให้บรรดาเจ้าจอมและหม่อมละคร ที่ได้รับถ่ายทอดตั้งแต่รัชสมัยพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รวมถึงกลุ่มสตรีที่ได้ฝึกหัดกันมาครั้งรัชกาลที่ 3 กลับขึ้นมามีบทบาทอย่างมาก ดังปรากฏรายพระนาม และรายนามนาฏยศิลป์สตรีที่ต่อมาได้มีคุณูปการต่อวงการนาฏยศิลป์ไทยมากมาย อาทิ เจ้าจอมมารดาแย้ม (ไต่แย้ม อีเหนา) ในรัชกาลที่ 2 อยู่ถึงรัชกาลที่ 5 เป็นครูสอนอีเหนามีลูกศิษย์มาก อาทิ เจ้าจอมมารดาเขียน(อีเหนา)ในรัชกาลที่ 4 ผู้เป็นพระมารดากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์โดยมีหม่อมหลวงถ้วนศรี วรธรรม(ทนายาทกรมหลวงพิทักษ์มนตรี ต้นสกุลมนตรีกุล เป็นพระชายาผู้ประพันธ์ดนตรีเพลงตับพระลอในละครร้องในสมัย ร.

5) เจ้าจอมมารดาวาด (อีเหนา) ในรัชกาลที่ 4 (ท้าววรจันทร์ในรัชกาลที่ 5) หม่อมแย้ม(อีเหนา)หม่อมละครเจ้าพระยามหาศรีสุริยวงศ์ เรียนรู้เดียวกับเจ้าจอมมารดาสู่น (วิทยาศาสตร์) ซึ่งหม่อมแย้มรำได้เหมือนเจ้าจอมมารดาแย้มมากจนท่านยกชื่อให้ใช้ได้ว่าแย้มอีเหนา ท้าวชื่น (ประสันตา) คุณสาย (เย็นเครื่อง) (ต่อมาเป็นเจ้าจอมมารดาสายในรัชกาลที่ 5 และเป็นครูพิเศษละครวังสวนกุหลาบ) คุณกุหลาบ (ทศกัณฐ์ตัวนั่งเมือง) ธิดาเจ้าพระยาวิเชียรคีรี (เม่น ณ สงขลา) เจ้าจอมมารดาแอม (นางมะเดหวี) คุณทับทิม (นางแมว) (ต่อมาเป็นเจ้าจอมมารดาทับทิมในรัชกาลที่ 5 และเป็นครูพิเศษละครวังสวนกุหลาบ) ละม้าย (นาง) ต่อมาเป็นเจ้าจอมมารดาละม้ายในรัชกาลที่ 5 สอนละครวังสวนกุหลาบถึงรัชกาลที่ 7 เป็นครูละครหลวงมีลูกศิษย์คือ จำเรียง พุฒประดับ ท้าววัน (นางประเสริฐ) สังกัดเป็นครูในคณะละครหลวง

ละครคณะสมเด็จพระช่วง บุนนาค มีหม่อมแสง(จินตหรา) บุตรีเจ้ากรับ หม่อมหุ่น (นาง) คุณน้อยเอก (ไกรทอง) มีชื่อเสียงมากตั้งแต่รัชกาลที่2 เป็นครูละครคณะเจ้าพระยานครศรีธรรมราชและวังหน้ารัชกาลที่ 3 ในรัชกาลที่ 4 เป็นครูคณะละครสมเด็จพระช่วง บุนนาค และได้เป็นครูของเจ้าจอมมารดาแอมวังหน้าในร.5 ได้ชื่อท้าวศรีสุนทรนาฏและท่านมีลูกศิษย์ คือ หม่อมแก้ว (ไกรทอง) ได้เป็นครูละครท้าวราชกิจ-วรภัตรต่อมารัชกาลที่ 4 ทรงตั้งให้เป็นท้าวศรีสุนทรนาฏ เช่นเดียวกันกับครูหม่อมวัน (นางเอก) ครูละครเจ้าพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) คุณกลีบ (นายโรง) ภรรยาเจ้าพระยาหินทรศักดิ์ธำรง คุณทิม (นางเอก) ครูพระยาวิจิตรสงคราม จางวางเมืองภูเก็ต คุณลิ้นจี่ (ทศกัณฐ์) มีชื่อเสียงมากในรัชกาลที่ 4 เป็นครูละครเจ้าจอมมารดาจัน คุณลำไย (บาทย์) ครูละครเจ้าจอมมารดาจัน ซึ่งเจ้าจอมมารดาจันในรัชกาลที่ 4 หักละครจากในพระบรมมหาราชวังเป็นครูละครหลายคณะ ในส่วนของคณะละครที่มีชื่อเสียงได้แก่ละครกรมหมื่นมเหศวรศิววิลาส มีจุดเด่นคือรำก้นนอนผิดละครโรงอื่น ละครพระยาสิทธิราชฤทธิไกร (เสือ) ละครพระยาอมเทียร (บอล บัว) ละครขุนยี่สาน (เสมียนตราวังหน้า) ละครจางวางเผือก (ปากคลอง ตลาด) ละครเจ้ากรับ (ปากคลองบางบำหรุ และเปลี่ยนเป็นละครนายล้วนหลังเจ้ากรับเสียชีวิต พ.ศ.2409) ละครนายเนตร-นายต่าย ละครนายทับ ลำสำ มีตัวละครคือนายเกษ พระรามซึ่งต่อมาได้เป็นผู้ประกอบพิธีครอบครูในรัชกาลที่ 4 ละครชาตรีนายหนู ละครชาตรีหลวง (พระองค์เจ้าปัทมราช พระ

ราชิดาในกรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาท วังหน้า ในรัชกาลที่ 1) ถวายพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นละครชาตรีหลวง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนาฏยศิลป์สตรีที่ได้ปรากฏบทบาทเป็นครูละครต่างบ้านต่างเมือง อาทิ ทับทิม (มณฑุ) กับจัน (พระสังข์) ครูคณะละคร ละคร พระองค์เจ้าดวงประภาภกับพระองค์

เจ้าสุทธาสวรรค์ (พระองค์ด้อย กับ พระองค์ปุ๊ก) พระราชิดาในพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว คุณอ้าว (บุษบา) คณะสิงห์สิงหนเสนี ต่อมาไปสอนที่พระตะบองคณะเจ้าพระยาธรรณนรินทร์ คุณเรือง (ศุภลักษณ์) คณะสิงห์ สิงหนเสนี ถึงรัชกาลที่ 4 ไปสอนคณะละครสมเด็จพะบรมที่กัมพูชา เป็นต้น



ภาพที่ 1
เจ้าจอมมารดาเขียน (อิเหนา)



ภาพที่ 2
หม่อมหลวงถ้วนศรี วรธรรม
ณ อยู่ยยา



ภาพที่ 1
หม่อมต่วน (ศุภลักษณ์)
ภัทรนาวิก



ภาพที่ 1
คุณหญิงนุฎกานุรักษ์



ภาพที่ 1
ครูลมุล ยมะคุปต์



ภาพที่ 1
ครูเฉลย สุขะวณิช



ภาพที่ 1
ท่านผู้หญิงแก้ว สนิทวงศ์เสนี



ภาพที่ 1
ม.ร.ว.อรรฉัตร ชองทอง



ภาพที่ 1
ครูลัมพันธ์ พันธุ์มณี

หมายเหตุ: ไม่พบภาพถ่าย หม่อมแย้ม (อิเหนา)

การศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย และเอกสารสำคัญ ทำให้พบบทบาทของนาฏศิลป์ป็นสตรีมากมายหลายท่าน กระทั่งไม่สามารถนำมารวบรวมมาได้ ณ ที่นี้ได้หมด ดังนั้นจึงขอกล่าวถึงนาฏศิลป์ป็นสตรีที่มีบทบาทเชื่อมโยงกันในความเป็นนาฏศิลป์ไทยไว้ 10 ท่าน ดังนี้

1. หม่อมแอ้ม (อิเหนา) หม่อมละครในเจ้าพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) ท่านเป็นลูกศิษย์ของเจ้าจอมมารดาโตแอ้ม (อิเหนา) ในรัชกาลที่ 2 ด้วยความท่านเป็นเด็กที่เฉลียวฉลาดและซื่อสัตย์ จดจำรายได้ มีฝีมือลายมือเสมที่ท่าน คือ รำได้งามเท่ากับครู จึงได้ชื่อ “แอ้ม” เหมือนครู (ประเมษฐ บุญยะชัย: 2543, น.34) ความสามารถของท่าน คือ กระบวนท่ารำอิเหนา การใช้อาวุธในละคร รวมถึงกระบวนท่ารำเพลงหน้าพาทย์ ท่านเป็นหม่อมละคร ในคณะละครของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บุนนาค และเป็นครูคณะละครทำราชกิจวัตร (แพ) ละครผสมสามัคคีของท่าน เล่นอุกฤษฏ์ เทพหัสดิน และครูประจำที่คณะละครวังสวนกุหลาบ นอกจากนี้ท่านยังเป็นตัวละครในคณะพระยามหินทรศักดิ์ธำรง (เพ็ง เพ็ญกุล) ซึ่งถือเป็นคณะละครพันทางที่รับอิทธิพลจากละคร นอกจากหม่อมครูเป้า (เงาะ) หลานเจ้ากรับ ซึ่งหมายความว่า ท่านเป็นนาฏศิลป์ป็นคนสำคัญผู้หนึ่งที่มีความรอบรู้ทางละครหลากหลายรูปแบบ

2. เจ้าจอมมารดาเขียน (อิเหนา) ในรัชกาลที่ 4 เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้รับการถ่ายทอดจากเจ้าจอมมารดาโตแอ้ม (อิเหนา) ครูละครหลวง (มณีนาคา วนิดารมณ: 2549, น.15) ซึ่งในรุ่นเดียวกับท่าน ก็มีเจ้าจอมมารดาवाद (อิเหนา) ที่ได้รับการถ่ายทอดจากครูเดียวกัน โดยเจ้าจอมมารดาवादต่อมาได้เป็นคุณท้าววรจันทร์ดูแลคณะละครวังสวนกุหลาบ เปรียบเสมือนครูใหญ่ ในส่วนของเจ้าจอมมารดาเขียน ท่านได้รับสมญานามว่า “คุณเขียน สังคามารดา” และ “คุณเขียน อิเหนา” เมื่อครั้งที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ประสูติ รัชกาลที่ 4 ทรงพระราชทานพระแสงภุช พร้อมกับมีพระดำรัสเป็นเชิงล้อว่า “เป็นลูกอิเหนา” (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น.15) ท่านเป็นผู้สร้างสรรค์ “ละครร้อง” และละครพันทางแบบหลวง (มณีนาคา วนิดารมณ: 2549, น.137) ละครของท่านถือเป็นรูปแบบแรกๆ ที่มีการรำหรือระบำในช่วงดนตรีเพื่อแทนความรู้สึกตัวละคร และถือเป็นละครนอก ละครพันทาง เจ้าจอมมารดาเขียนจะใช้แนวคิดจากละครในมาสร้างสรรค์ โดยใช้ข้อคิดประกอบทำ

เดิมเพิ่มรายละเอียด การเชื่อมท่าแสดงอารมณ์ตามบทร้องและภูมิหลังตัวละครทำให้เกิดละครพันทางแบบหลวง ท่านเป็นครูให้กับคณะละครเจ้าคุณพระประยูรวงศ์ ละครวังสวนกุหลาบ รวมถึงทำหน้าที่เป็นผู้จัดหานักแสดง ผู้ควบคุมการฝึกซ้อม ครูผู้ฝึกซ้อมที่วังวรารณ ภายใต้ชื่อคณะละครหม่อมถ้วน และยังเป็นเจ้าของโรงละครวิมานนฤมิตร ซึ่งผลิตผลงานมากมาย ที่ได้ดเด่นและขอกล่าวถึง คือเรื่อง พระลอ บทประพันธ์ของกรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ โดยดัดแปลงจาก “ลิลิตพระลอ” นาฏยะของท่านมีการผสมผสานแนวความคิดการละครที่แตกต่างโดยเอาแนวความคิดจากละครตะวันตก จากบทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 5 เรื่อง “เงาะป่า” ทำให้มีการฟังกั่นสิ้นชีพดักษ์ของพระลอบกับสองพระราชธิดาที่กลางโรง มีบทพากย์และเจรจาอย่างโชน มีบทกลก อย่างละครนอก ในกระบวนท่ารำใช้ตามจารีต นั่นคือ เพลงช้า เพลงเร็ว แม่บท และหน้าพาทย์ โดยอาศัยกลวิธีเชื่อมท่า (เรื่องเดียวกัน. น.137) ซึ่งท่านมีชื่อเสียงในการใช้เท้าและไหล่ ซึ่งมีแนวทางมาจากการฟ้อนของคณะละครเจ้าดารารัศมี ซึ่งเป็นนาฏศิลป์ล้านนา (เรื่องเดียวกัน. น.244) จากการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนาฏศิลป์ล้านนาและนาฏศิลป์ภาคกลางซึ่งเห็นได้จากการฟ้อนดาบของคณะละครเจ้าดารารัศมีกับความชำนาญในการรำดาบสองมือของเจ้าจอมมารดาเขียน

3. หม่อมหลวงถ้วนศรี วรารณ ณ อุรุยา พระชายาในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ ท่านเป็นธิดาของ ม.ร.ว.ตาบ มนตรีกุล ทวดของท่านคือกรมหลวงพิทักษ์มนตรี ท่านจึงมีความรอบรู้ทั้งทางนาฏศิลป์ และทางขับร้องดนตรี ท่านเป็นทั้งลูกศิษย์และลูกสะใภ้ของเจ้าจอมมารดาเขียน และได้ร่วมจัดตั้งละครนฤมิตร ละครเรื่องแรก คือเรื่อง “อาหรับราตรี” เป็นที่นิยมของผู้คนจนเรียกติดปากกันว่า “ละครหม่อมหลวงถ้วน” ละครเรื่องสำคัญที่สุดเรื่องหนึ่ง ที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ หม่อมหลวงถ้วนศรี วรารณ และเจ้าจอมมารดาเขียนร่วมกันจัดทำ คือเรื่อง พระลอ หม่อมหลวงถ้วนศรี เป็นผู้แต่งทำนองและบรรจุเพลงวิธีการของท่านคือให้ลาวคนหนึ่งเป่าแคนแล้ว ท่านมักจะเล่นจะเข้ คลอไป (กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์: 2521, น.27) ในการประดิษฐ์เพลงสำเนียงลาวของท่าน นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ทางดนตรี เนื่องด้วยท่านเป็นผู้หนึ่งที่ใกล้ชิดพระราชชายาเจ้าดารารัศมี ผู้ทรงมีความเชี่ยวชาญในเครื่องดนตรี

ประเภทเดียวกัน นั่นก็คือ จะเข้ (มนิศา วศินารมย์: 2549, น. 242) หม่อมหลวงถ้วนศรีได้แต่งทำนองเพลงไว้อาทิ ลาวเดินดง ลาวชมดง ลาวคำหอม ลาวคำเนนทราย และเขมรไล่ควาย ดนตรีของท่านเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของละครร้องที่ถูกถ่ายทอดมา

4. หม่อมถ้วน (ศุภลักษณ์) ภทรนาวิก เป็นหม่อมของเจ้าพระยาเทเวศน์วงศ์วิวัฒน์ ซึ่งทางละครสืบสายตรงจากละครหลวง ในรัชกาลที่ 2 ท่านมีความเชี่ยวชาญในเรื่องของละครดึกดำบรรพ์ ซึ่งถือกำเนิดจากสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ และเจ้าพระยาเทเวศน์วงศ์วิวัฒน์ ร่วมกันสร้างและฝึกหัดเพื่อใช้แสดง ณ วังบ้านหม้อ หม่อมถ้วนเป็นผู้ที่มีความจำแม่นยำสามารถจดจำบทร้อง คำร้อง คำเจรจาของละครทุกตัวและทุกเรื่องในละครดึกดำบรรพ์ โดยไม่ต้องดูหนังสือบอกบทชื่อของท่านคือ ศุภลักษณ์ จากเรื่องอุณรุท (กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์: 2521, น.111) ซึ่งถือเป็นตัวละครที่ท่านชำนาญ ท่านถือเป็นครูคนสำคัญ ถ่ายทอดแก่ศิษย์ที่เข้าไปเรียนที่วังของเจ้าพระยาเทเวศน์วงศ์วิวัฒน์ และท่านคือครูคนสำคัญที่วางรากฐานการสอนละครตัวนางให้กับโรงเรียนนาฏดุริยางค์ศาสตร์ ในปี 2477 จากการชักชวนของคุณหญิงเทศ นักกานูรักษ์

5. คุณหญิงนักกานูรักษ์ (เทศ สุวรรณภารต) มิได้เป็นหม่อม แต่ได้รับเกียรติเท่ากับหม่อมละครของเจ้าพระยาเทเวศน์วงศ์วิวัฒน์ ได้เป็นคุณหญิงจากการแสดงต่อหน้าพระพักตร์ รัชกาลที่ 6 พระองค์ถึงทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานตราจตุตถจุลจอมเกล้า นอกจากนี้ยังได้รับพระราชทานเจิมในวันพระราชพิธีไหว้ครูละครครั้งหนึ่ง เป็นเหตุให้คุณหญิงกล้าครอบงำให้แก่มุสลิษย์ โดยแน่วว่า “จำญไรไม่กิน” ตามคติทางนาฏศิลป์ที่ต้องใช้ครูผู้ชายครอบ (อนุสรณ์ ในงานพระราชทานเพลิงศพ คุณหญิงเทศ นักกานูรักษ์: 2511 น.๑) ซึ่งท่านและพระยานักกานูรักษ์สามของท่านได้รับพระราชบัญชาให้เข้ามาดูแลฝึกสอนศิลปในกรมมหรสพ ในหน้าที่ครูละครหลวง กระทั่งในปี 2469 ด้วยมรสุมเศรษฐกิจของชาติ กรมมหรสพถูกยุบ คุณหญิงเทศออกจากราชการ เฉากเช่นเดียวกับข้าราชการคนอื่น ๆ ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้เองเกิดเหตุการณ์สำคัญ คือ คุณหญิงเทศได้มีโอกาสแสดงละครในบท “นนทก” ตอน “ปราบนนทก” ให้ผู้สำเร็จราชการอินโดจีนฝรั่งเศสชมที่ วัดติศกุลจนเป็นที่ถูกใจความทราบถึงพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 จึงได้ทรงมีพระบรมราชโองการให้สมเด็จพระยาดำรง

ราชา-นุภาพ จัดละครตอนนั้นถวายอีกครั้ง และเมื่อทรงได้ทอดพระเนตรแล้ว จึงทรงมีพระบรมราชโองการ ให้เจ้าพระยา-วรพงษ์ พิพัฒน์ (ม.ร.ว.เย็น อิศรเสนา) เสนาบดีกระทรวงวัง เรียกทั้งคุณหญิงเทศ นักกานูรักษ์และพระยานักกานูรักษ์ผู้เป็นสามี กลับเข้ารับราชการในกระทรวงวัง ในตำแหน่งผู้ฝึกละครหลวงอีกครั้ง อันเปรียบเสมือนการต่อลมหายใจละครหลวง โดยมีการตั้งกรมมหรสพขึ้นใหม่อีกครั้ง คุณหญิงเทศ ถือเป็นผู้ยอดเยี่ยม ท่านสามารถสอนได้ทั้ง พระ นาง ยักษ์ ลิง ท่านได้มีโอกาสเป็นผู้ทำพิธีไหว้ครูโขนละคร ในโรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์ กรมศิลปากร ถึงสองครั้ง ด้วยเพราะพระยานักกานูรักษ์เสียชีวิตและยังหาผู้ทำหน้าที่แทนมิได้ คุณหญิงท่านเป็นครูทั้งที่คณะละครเจ้าพระยาเทเวศน์ฯ คณะละครวังสวนกุหลาบ ในฐานะครูพิเศษ และเป็นผู้วางรากฐานการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย ในโรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์ หรือวิทยาลัยนาฏศิลป์ ในปัจจุบัน

6. ครูลมูล ยมะคุปต์ ถวายตัวฝึกละครในวังสวนกุหลาบ ในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าอัษฎางค์เดชาวุธ ได้รับการถ่ายทอดจากครูหลายท่านครูประจำเช่นหม่อมครูอึ้ง หม่อมในสมเด็จพระมหาราชวังวิชชาอยู่ในรัชกาลที่ 5 ในเรื่องของรำเพลงช้า เพลงเร็ว เพลงเชิด เสมอ รำจ้าว รำกริช และเพลงตระต่าง ๆ หม่อมครูแย้ม (อิเหนา) เพลงเหาะ เพลงโคมเวียน รำฉายกริช อิเหนา รำเชิดฉิ่งจับม้า เชิดฉิ่งตระหนง บาทสกุณี ลงสรอง ครูหิม เพลงประเภทเสมอ เช่น เสมอลาว เสมอแขก เสมอมอญ เสมอฝรั่ง ไม้บู๊จีน 14 ไม้ (ท่ารบอาวุธจีน) กรมเงาะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีครูพิเศษ เช่น เจ้าจอมมารดาวาด ถ่ายทอดเพลงชำนารายณ์ และรำตรวจพลถือพระขรรค์ เจ้าจอมมารดาเขียน ถ่ายทอดหลายรูปแบบ อาทิ อิเหนาละครนอก และละครพันทาง โดยเฉพาะเรื่อง “พระลอ” มีท่ารำดาบคู่ และเทคนิคการใช้เท้าใช้ไหล่ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของเจ้าจอมมารดาเขียน นอกจากนี้ยังมี เจ้าจอมมารดาสาย เจ้ามารดาละม้าย เจ้าจอมมารดาทับทิม ในรัชกาลที่ 5 ร่วมถ่ายทอด ครูลมูลได้รับการถ่ายทอดการเล่นละครทุกรูปแบบที่สอนอยู่ในคณะละครวังสวนกุหลาบ (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น.109-110) อาทิ ละครนอก ละครใน ละครดึกดำบรรพ์ ละครพันทาง ร้องคอนเสิร์ต ร้องสัควา ครูลมูล มีความสามารถและได้เป็นตัวละครทั้งที่วังสวนกุหลาบ 2454 - 2461 จนย้ายมาอยู่วังเพชรบูรณ์ ของเจ้าฟ้ากรมขุนเพชรบูรณ์อินทราชัย จนกระทั่งสิ้นพระชนม์ในปี 2466 ด้วยความสามารถนี้ทำให้ครูลมูล และ

สามี นายสัจด์ ยมะคุปต์ถูกเรียกตัวขึ้นไปเป็นครูสอนฟ้อนอยู่ในคุ้มเจ้าแก้วนวลรัตน์ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ และคุ้มพระราชชายาเจ้าดารารัศมี ถือเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้โดยครูลมูลสอนข้าราชการสำนักเจ้านายฝ่ายเหนือให้มีความรู้ทางนาฏยศิลป์ภาคกลาง ในทางตรงข้ามครูลมูลก็ได้เรียนรู้นาฏยศิลป์ทางภาคเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการฟ้อนรำแบบพระราชชายาเจ้าดารารัศมี คล้ายคลึงกับครั้งสมัยเจ้าจอมมารดาเขียน กับหม่อมหลวงถ้วนศรี วรธรรม ในครั้งนี้ครูลมูล มีหน้าที่ฝึกหัดให้เชื้อพระวงศ์ที่อยู่ตามคุ้มต่าง ๆ อาทิ ฟ้อนม่านมัยเชียงตา ฟ้อนเทียนลอดใต้ท้องช้างกลางสนาม เป็นที่พอพระทัยของเจ้าแก้วนวลรัตน์ ถึงกับประทานเข็มเพชรลงพระนาม และปิ่นเพชรจากเจ้าแม่จามรี ชายาเจ้าแก้วนวลรัตน์อีกด้วย อย่างไรก็ตามครูลมูลได้นำองค์ความรู้นี้ กลับมาถ่ายทอดตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เป็นการฟ้อนครั้งแรกในกรุงเทพฯ ในงานเสด็จฯ เปิดโรงภาพยนตร์เฉลิมกรุง (เรื่องเดียวกัน น.111) และในปี 2477 ท่านได้ร่วมวางหลักสูตรเปิดโรงเรียนนาฏยดุริยางคศาสตร์ในฐานะที่ท่านเป็นละครตัวพระ ร่วมกับหม่อมถ้วน ภัทรนาวิก ละครตัวนาง ผลงานประดิษฐ์ที่สำคัญของท่านมีมากมาย อย่างเช่นในปี 2478 ประดิษฐ์ทำรำแม่บทใหญ่ร่วมกับครูมลิ คงประภัทร์ (ครูคนสำคัญจากวังวชิรวงศ์หรือวังเจ้าขาว) ระเบียบโบราณคดี ชุตทวารวดี ศรีวิชัย เชียงแสน ลพบุรี ร่วมกับครูเฉลย ศุขะวนิช (ละครตัวนางจากคณะละครวังสวนกุหลาบ) (เรื่องเดียวกัน น.112)

7. ครูเฉลย ศุขะวนิช เป็นศิษย์ละครวังสวนกุหลาบเฉกเช่นเดียวกับครูลมูล ยมะคุปต์ ด้วยทำทางที่นุ่มนวลของท่าน ท่านจึงได้รับฝึกฝนเป็นพิเศษจากหม่อมครุฑ (หม่อมในกรมหมื่นสวัสดิวัดนวิศิษฎ์ พระองค์เจ้าเนาวรัตน์) เป็นพิเศษ ซึ่งท่านเป็นตัวนาง นอกจากนี้ท่านยังฝึกกับครูละครท่านอื่นด้วยเช่นกัน ด้วยความสามารถท่านเคยได้รับรางวัลในการรำ 4 บท ประกอบการแสดงชุดเมขลา-รามสูร รางวัล คือจันทิมาธิบุปผยุดน้ำ จากคุณท้าวณารัชมารักษ์ (เจ้าจอมแจ่ม ไกรฤกษ์ ในรัชกาลที่ 5) หลังจากยุคละครวังสวนกุหลาบชีวิตก็พลัดพลากระจัดกระจายไปตามสถานะดั้งเดิม หม่อมครุฑ และหม่อมครุฑได้เป็นผู้จัดการคณะละครที่มีชื่อว่า “ดรุณีชั้นสูง” ต่อมาภายหลังใช้ชื่อว่า “ราตรีพัฒนา” ซึ่งครูเฉลยได้ร่วมแสดงอยู่ด้วยพิเศษ (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น.38) จนปี 2499 วงการนาฏยศิลป์ไทยต้องสูญเสียครูละครคนสำคัญ คือ หม่อมถ้วน ภัทรนาวิก ดังนั้นในปี 2500 ครูลมูล จึงมาเชิญครูเฉลย ศุขะวนิช เพื่อน

สนิทเมื่อครั้งเป็นละครคณะวังสวนกุหลาบให้มาร่วมสอน โดยได้รับการรับรองความรู้ความสามารถจากคุณหญิงแก้ว สนิทวงศ์เสนี ผู้เชี่ยวชาญของกรมศิลปากร และด้วยความคิดที่จะปฏิบัติงานเพื่อราชการและจรรโลงศิลปะอันสูงค่านี้ไว้ ครูเฉลยจึงรับคำมาทำการสอน และได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับศิษย์จำนวนมาก อาทิ ทำรำแบบโบราณ ซึ่งถือว่าเป็นทำรำที่ศิลปินหวงแหน เช่น ทำรำเชิดฉิ่ง ศุภลักษณ์แบบเต็ม ฉบับหม่อมครุฑ ทำรำชุดศุภลักษณ์อันสมบูรณ์ ฉบับหม่อมครุฑ และหม่อมครุฑอีก ทำรำฉายวันทองแบบเต็ม ฉบับบทประพันธ์ของหลวงพัฒนพงศ์ภักดี (ทิม สุขยางค์) ทำรำฉายศุภปนา ฉบับหม่อมครุฑ เป็นต้น รวมถึงเป็นผู้ฝึกหัดศิลปินและนักเรียนทั้งละครนอก ละครพันทาง ละครร้อง เช่น เรื่องสาวเครือฟ้า เป็นต้น (เรื่องเดียวกัน น.38) นอกจากนี้ยังมีนาฏยประดิษฐ์ที่สำคัญ นั่นคือ ออกแบบทำรำหน้าพาทย์ ตระโปรยข้าวตอก ซึ่งบรรจุไว้ตอนท้ายของเพลง “ถวายพระพร” ซึ่งกลายเป็นที่นิยมใช้รำและระบำในพิธีการศักดิ์สิทธิ์สืบเนื่องมาตั้งแต่ปี 2538 (เฉลย ศุขะวนิช: 2544, น.178)

8. ท่านผู้หญิงแก้ว สนิทวงศ์เสนี เมื่อครั้งที่ท่านได้เป็นหม่อมในสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้าอัษฎางค์เดชาวุธ กรมหลวงนครราชสีมา เป็นเวลากว่า 10 ปี ท่านได้ฝึกหัดกับครูในวังสวนกุหลาบทุกคน เช่น บทบาทโอเหนมาจากเจ้าจอมมารดาเขียน ท่านมีความสามารถทางเพลงอาวูร ทั้งหก กระบี่ ทวน ดาบ กริช ในละครใน ท่านได้แสดงเป็นนางเมขลาคู่กับคุณหญิงเทศ นักกานูรักษ์ และจากเรื่องโอเหนา บทสำคัญคือนางดรสา ตอนโดดเข้ากองไฟ รำกริชผู้หญิงตายตามระตู การแสดงครั้งนี้สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าอัษฎางค์เดชาวุธ กรมหลวงนครราชสีมา ทรงโปรดมาก และขอท่านเป็นพระชายา นอกจากนี้ท่านยังเคยได้แสดงเป็นพระพิราพทรงเครื่องในงานฉลองแซ่ยิดครบ 60 ปีของท้าวณารัชมารักษ์ หลังสมเด็จพระเจ้าฟ้าอัษฎางค์เดชาวุธ เสด็จทิวงคตได้ 3 ปี ท่านขอถวายบังคมลาออกจากตำแหน่งพระชายา และได้สมรสใหม่กับ พลตรีหม่อมสนิทวงศ์เสนี (หม่อมราชวงศ์ ต้น สนิทวงศ์) ซึ่งมีตำแหน่งเป็นทูต ทำให้ท่านมีโอกาสได้เดินทางไปหลายประเทศ เช่น ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี และโปตุเกส (รจนา สุนทรานนท์: 2549 น. 71) เมื่อท่านกลับเมืองไทย หัวหน้ากองการสังคีต กรมศิลปากร เชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏยศิลป์ไทย ช่วยปรับปรุงฟื้นฟูและวางรากฐานด้านการละคร การรำของกรมศิลปากร ท่านจึงได้นำความรู้ด้านนาฏยศิลป์จากต่างประเทศมาพัฒนา เป็นนาฏยประดิษฐ์จาก

ทำรำพื้นฐานที่เคยเฝ้าซึกให้กะทัดรัด งดงาม ตามแบบแผน เช่น ระบำม้า ท่านจดจำท่าระบำมาจากโปรตุเกสมาปรับปรุงทำรำให้เป็นแบบไทย นอกจากนี้ยังมีภาระหน้าที่มากมาย อาทิ เป็นผู้คัดเลือกเรื่องและชุดการแสดง อำนวยการทำบทรำสำหรับแสดง อำนวยการฝึกซ้อม เป็นผู้คัดเลือกตัวโขนและละครให้เหมาะสมกับบทบาท เป็นวิทยากรบรรยาย ตอบข้อซักถาม ท่านผู้หญิงแผ้วถือนเป็นนาฏยประดิษฐ์คนสำคัญ มีทั้งประเภทรำ เช่น ระบำสัตว์ต่าง ๆ ระบำวิชนี (ระบำพัด) ประเภทรำ เช่น ท่ารำของมโนราห์ ตอน บูชาญญูจากเรื่องมโนราห์ ประเภทพ็อน เช่น พ็อนมัลลย์ จากละครพันทางเรื่อง พญาผานอง นอกจากนี้ยังเป็นผู้เรียบเรียงและจัดทำบทรำบทละครอีกหลายชุด เช่น บทละครในเรื่อง อิเหนา ตอนตัดดอกไม้ฉายกริช บุชบาชมศาล บทละครนอกเรื่อง สังข์ทอง ตอนเลือกคู่หาปลา ตอนตีกลี บทรำเรื่อง รามเกียรติ์ ชุดนางลอก ชุดปราบบรรลัยกัลป์ เป็นต้น

9. ม.ร.ว.อรรฉัตร ทองทอง ท่านเกิดในราชสกุล สุขสวัสดิ์ (บิดา) และ ราชสกุล ฉัตรชัย (มารดา) ท่านเป็น กวี นักกลอน ท่านเริ่มเขียนบทร้อยกรองและได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารศรีสัปดาห์ตั้งแต่อยู่ชั้นมัธยม สำเร็จการศึกษาจากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือเป็นตำนานกวีคนสำคัญคู่กับอาจารย์ประยอม ทองทอง สามียของท่าน (วิกิพีเดีย: 2564) คุณหญิงมีความสามารถที่โดดเด่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลอนสดสักวาในบทลาดตัวอย่างผลงานของท่าน เช่น สักวากลอนสดเรื่องกาเกี ตอนถูกลอยแพ ในงาน 8 ทศวรรษ ครุสัจจิตต์ ตรียประณีต ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดง (คีตศิลป์) ซึ่งคุณหญิงทำหน้าที่บอกบทร่วมกับศิลปินแห่งชาติท่านอื่นเช่น ประยอม ทองทอง และเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ (สมาคมนักกลอนแห่งประเทศไทย: 2564) นอกจากนี้ ม.ร.ว.อรรฉัตรยังมีความสามารถในการร่ำอันสำคัญ ซึ่งท่านมีโอกาสได้รับการถ่ายทอดการร่ำในแบบฉบับของพระราชชายาदारารัศมี จากท่านผู้หญิงฉัตรสุดา วงศ์ทองศรี เป็นการถ่ายทอดให้กับลูกหลานราชสกุล ฉัตรชัย มี 3 คน คือ อรรฉัตร พัฒนฉัตร และ รมณียฉัตร กระบวนการร่ำแบบฉบับของพระราชชายาदारารัศมี ที่มีลักษณะลีลาคล้ายร่ำแต่ไม่เหมือนร่ำละคร คือล่องลอยไป เหยียบย่ำเบา ๆ เนิบ ๆ เท้าไม่ลงหนักเดินไม่กระแทกไม่ขย่มตัวมาก การวาดแขนก็ช้า ๆ เนิบ ๆ ส่วนการแต่งกายก็นุ่งซิ่นหม้อไห ผ้าอาภรณ์ขาวจึงสวมเสื้อแขนกระบอก (มติศา วศินารมณ: 2549, น.244) ม.ร.ว.อรรฉัตร ทองทองถือเป็นอีกหนึ่งบุคคลที่ยังคงมีบทบาทอย่าง

ต่อเนื่องในวงการนาฏศิลป์ไทย ท่านได้รับรางวัลมากมายเช่น รางวัลผู้ใช้ภาษาไทยดีเด่น (ชาวไทย) ประจำปี 2553 รางวัลสตรีไทยดีเด่นประจำปี 2557 รางวัลนราธิปพงศ์ประพันธ์ของสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทยประจำปี 2563 เป็นต้น ปัจจุบันท่านเป็นผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีแนวทางการสอนนาฏศิลป์ไทยจากครูคนสำคัญที่จะบอกกล่าวถึงคนสุดท้าย

10. ครูสัมพันธ์ พันธุ์มณี ท่านเป็นนักเรียนรุ่นแรกโรงเรียนนาฏยดุริยางคศาสตร์ปี 2477 ได้รับการถ่ายทอดนาฏศิลป์นครผู้ทรงคุณวุฒิมากมายเช่น หม่อมต่วน(ศุภลักษณ์)ภัทรนาวิก คุณหญิงเทศ นักกานุกรักษ์ ครูมัลลย์(หมั่น) คงประภักดิ์ ครูลมูล ยมะคุปต์ เป็นต้น หลังจากเรียนจบ(นาฏศิลป์ชั้นกลางปีที่ 3 ชั้นสูงสุด) เมื่อสงครามสงบท่านได้มีโอกาสแสดงเวทีกับคณะจิตรศิลป์ ตามคำเชิญชวนของ ฯพณฯ พลตรีหลวงวิจิตรวาทการ และคุณหญิงประภาพรพรณ วิจิตรวาทการ และคณะภกาวลี 5 ปีแล้วจึงไปเป็นครูที่โรงเรียนเนติศึกษา 2 ปี (มติศา วศินารมณ: 2549, น.131) ในที่สุดในปี 2498 นายจ่านัง รังสิกุล ประสงค์ให้ร่วมงานที่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ที่บางขุนพรหม หรือที่รู้จักกัน ช่อง4 บางขุนพรหม ที่นี้ท่านเป็นหัวหน้าคณะนาฏศิลป์สัมพันธ์ มีหน้าที่จัดทั้งรายการ และละครที่หลากหลายประเภท เช่น ละครรำ ละครร้อง ละครพันทาง ละครพูดสลับเพลง ไทยสากลและจ๊ว สร้างศิลป์ใหม่ให้เป็นที่รู้จักในยุคนั้นขึ้นมา เช่น กำธร สุวรรณปิยะศิริ นันทวัน เมฆใหญ่ อารีย์ นักดนตรี แล้วได้ชักนำคนในวงการนาฏศิลป์ไทยให้มาร่วมงานกับท่านด้วย เช่น พิสมัย วิไลศักดิ์ ทรงศรี เทวคุปต์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ส่งลูกหลานมาเรียนนาฏศิลป์ไทย เช่น รายการ บทเรียนพ็อนรำ มีครูลมูล ยมะคุปต์ เป็นผู้ตั้งรากฐานหลักสูตรการเรียนการสอน (อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพนางสัมพันธ์ พันธุ์มณี:2552 น.90) ลูกศิษย์มาขอเรียน เช่น กรรณิการ์ธรรมเกษร ภัทราวดี มีชูธน และ หม่อมราชวงศ์อรรฉัตร ทองทอง ซึ่งคุณหญิงอรรฉัตรได้ใช้บทเรียนสามชั้นของครูสัมพันธ์ในการสอนนักศึกษาเรื่อยมา(เรื่องเดียวกัน:น.55) ครูสัมพันธ์ได้ก่อตั้งโรงเรียนนาฏศิลป์สัมพันธ์ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.2507 สอนตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปหลักสูตร 3 ชั้นคือ 1) ชั้นเริ่มต้น เรียนแม่บทเล็ก 18 ท่าและรำสีนวล รำวเรษฐ์ รำอุยฉายพราหมณ์ 2) บทเรียนเพลงรำคู่พระ-นาง เช่น รำดาวดึงส์ รำกฤษดาภินิหาร เป็นต้น 3) บทเรียนตามหลักของโรงเรียนนาฏศิลป์ กรมศิลปากร เช่น รำเพลงช้า-เร็ว เพลงเชิด-เสมอ รำโบราณคดี 5 ชุด เพลงหน้าพาทย์บาง

เพลง (มณีนว วชิรารมณ: 2549, น.132) กล่าวได้ว่าครูสัมพันธ์ได้สร้างมาตรฐานอันเป็นโอกาสที่ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงและเข้าใจถึงคุณค่าของนาฏศิลป์ไทยอันเป็นสมบัติสำคัญของชาติ

สรุป

ความเป็นนาฏศิลป์ไทยได้ผ่านเหตุการณ์ต่าง ๆ มากมายที่ทำให้สูญหายกระจัดกระจายจนต้องมีการรวบรวมและพัฒนาองค์ความรู้ให้ใกล้เคียงของเดิมซึ่งต้องอาศัยผู้รู้ที่ดีเป็นผู้ก่อตั้งและส่งต่อให้ซึ่งก็จำเป็นต้องมีผู้รับที่เข้าใจเพื่อการสืบสานต่อได้ นาฏศิลป์ป็นสตรีเหล่านี้คือผู้ที่มีหน้าที่นั้นนั่นคือ ครู จากความมุ่งมั่นทุ่มเทฝึกและได้แสดงอย่างชำนาญ ส่งงาม มีพลัง และมีลีลาที่อ่อนช้อยงดงาม จนสามารถเป็นต้นแบบ ไม่ใช่เรื่องทำได้ในช่วงพริบ

ตา กระบวนการสืบสานได้สร้างความสัมพันธ์จากพื้นฐานสู่รุ่นประจวบครอบครัว ด้วยความรัก ความเมตตาจากครูสู่ลูกศิษย์ ให้ความรู้ นำชีวิตจนลูกศิษย์เรียกครูว่า “แม่” และไม่ว่าจะมาจากที่เดียวกันหรือต่างที่กัน ล้วนกลายเป็นความผสมผสานและสร้างสรรค์ ด้วยความรักความศรัทธาด้วยเห็นคุณค่าแห่งนาฏศิลป์ไทยหล่อหลอมเป็นความสามัคคี ที่มีรากฐานขององค์ความรู้และปณิธานเดียวกันอย่างเหนียวแน่นนั่นคือการผดุงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทย ในทางพุทธศาสนา พระตถาคตกล่าวว่าผู้ใดเห็นธรรมผู้นั้นเห็นเรา ในทางนาฏศิลป์อาจกล่าวได้ว่า ตราบใดที่เราเห็น ละคร ฟ้อน รำ เราควรระลึกถึงนาฏศิลป์ป็นสตรีผู้มีบทบาทสำคัญในนาฏศิลป์ไทยอย่างไม่มีวันเสื่อม

บรรณานุกรม

- กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์. (2521). *ประวัติผู้ทรงคุณวุฒิทางศิลปะ*. กรมศิลปากร.
- เฉลย สุขะวนิช. (2544). *อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพ*. บพิธการพิมพ์.
- ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระ. (2546). *ละครฟ้อนรำ*, มติชน.
- เทศ นัฏกานุกรักษ์. (2511) *อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพ คุณหญิงเทศ นัฏกานุกรักษ์*. http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download/3645
- ธนิต อยู่โพธิ์. (2507) “คำนำ”. ภาพบางตอนจากหนังสือตำราฟ้อนรำ ฉบับเรียบเรียงในหอพระสมุดวชิรญาณสำหรับพระนคร. และเรื่อง “สุขที่ไหน” ของ สมเด็จพระมหาธีรวงศ์ (จวน อุฏฐายี). โรงพิมพ์พระจันทร์.
- นงคินุช ไพโรพบุลย์กิจ. (2541). *ลิเก*. เอส.ที.พี.เวิลด์ มีเดีย.
- ประเมษฐ์ บุญยะชัย. (2543) *ละครวังสวนกุหลาบ*, กรมศิลปากร.
- ภาณิศ ภาวภิรมย์ขวัญ. (2551). *ความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี ตอน เด็กหญิง ณ ริมน้ำ*, ปริมาียด.
- มณีนว วชิรารมณ. (2549). *นาฏยประดิษฐ์ของเจ้าจอมมารดาเขียน*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต] Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/8552>
- รจนา สุนทรานนท์. (2549). *นามานุกรมนาฏศิลป์ป็น : การศึกษาการสืบทอดนาฏศิลป์สู่กรมศิลปากร*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต] Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/14697>
- ลมูล ยมะคุปต์. (2548). *คุณานุสรณ์ครบรอบ 100 ปี ลมูล ยมะคุปต์*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษานาฏศิลป์.
- วิกิพีเดีย. (2564) “หม่อมราชวงศ์อรฉัตร ชองทอง”. https://th.wikipedia.org/wiki/หม่อมราชวงศ์อรฉัตร_ชองทอง
- สมาคมนักกลอนแห่งประเทศไทย (2551) “ลัทธิกลอนสดเรื่อง กากี ตอน ถูกลอยแพ”. <http://www.thaipoet.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538703501&Ntype=5>
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2543). *นาฏยศิลป์ปริทรรศน์*, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2547). *วิวัฒนาการนาฏศิลป์ไทยในกรุงรัตนโกสินทร์*, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คำแนะนำในการเตรียมและส่งต้นฉบับสำหรับผู้พิมพ์

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ควรจะมีความเนื้อหาทางวิชาการอยู่ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ สาขาวิชาครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้พิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารอย่างเคร่งครัดรวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทั้งนี้ผู้พิมพ์จะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จหรือการปลอมแปลงรวมทั้งทัศนคติและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์บทความนั้นและไม่ถือเป็นทัศนคติและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร รวมทั้งผู้พิมพ์จะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เวอร์ชัน ThaiJo ในระดับ ไม่เกิน 25% โดยมีผลตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2563 เป็นต้นไป

วารสารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจำนวน 5,000 บาท ต่อ 1 บทความ ผู้พิมพ์จะต้องลงทะเบียนในระบบ ThaiJo พร้อมจ่ายค่าธรรมเนียมมาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เลขที่บัญชี 178 1489 579 ส่งหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียมมาที่ Journalofcommarts@rbru.ac.th จะคืนให้ผู้พิมพ์ในกรณีบรรณาธิการปฏิเสธการตีพิมพ์เท่านั้น หากส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความแล้ววารสารจะไม่คืนค่าธรรมเนียม

ประเภทของบทความ

1. บทความวิชาการ (Academic article) คือ บทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานวิชาการที่ได้เรียบเรียงมาจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่นหรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไปกล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย จากแหล่งข้อมูล สรุป อาทิ หนังสือ วารสารวิชาการ อินเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

2. บทความวิจัย (Research article) คือ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบกล่าวถึงความ เป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย บทความวิจัยประกอบด้วย หน้าแรก เป็นชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ ในส่วนหน้าที่เป็นชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้พิมพ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) อีเมล (e-mail) หรือในกรณีที่เป็ นนักศึกษาควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นต้น **บทคัดย่อ** ต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัยและบทสรุป **ความยาวไม่เกิน 250 คำ** ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้พิมพ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ **เนื้อหาของบทความ** ได้แก่ บทนำต้องมีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมุติฐานของงานวิจัย (ถ้ามี) กรอบแนวคิดการวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ เป็นต้น

3. บทความปริทัศน์ (Review article) คือ งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการ เฉพาะทางที่มีการศึกษา คั่นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ทันสมัยโดยให้ข้อวิพากษ์ ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อยอดได้ บทความปริทัศน์นั้นเป็นการนำเสนอภาพรวมของ เรื่องที่น่าสนใจโดยในหน้าแรกของบทความปริทัศน์จะต้องประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้พิมพ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) และ อีเมล (e-mail) พร้อมบทสรุป เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อให้เข้าใจว่า เรื่องที่ได้นำเสนอมีความน่าสนใจและความเป็นมาอย่างไร พร้อมระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

การเตรียมต้นฉบับ

1. การพิมพ์ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Office Word ระยะบรรทัดเดี่ยวโดยจัดหน้ากระดาษขนาด A4 (8.5x11 นิ้ว) ตั้งค่าหน้ากระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 2.0 เซนติเมตร **จัดสองคอลัมน์ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้า**

2. รูปแบบตัวอักษร จัดพิมพ์ด้วยอักษร Thai Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รายละเอียด ดังนี้ หัวเรื่องอักษรขนาด 18 pt. ใช้ตัวหนา ชื่อผู้พิมพ์ (ตัวปกติ) และหัวข้อหลัก (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. หัวข้อรอง (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เนื้อหาทุกส่วน (ตัวปกติ) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เชิงอรรถหน้าแรก ใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ

3. จำนวนหน้าความยาวของบทความ **ไม่เกิน 10 หน้า** (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง)

4. ตาราง รูปภาพ แผนภูมิ และกราฟ ให้แทรกไว้ในเนื้อเรื่องอาจจัดทำเป็นขาวดำหรือสีก็ได้โดยให้ผู้พิมพ์คัดเลือกเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง **ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง** ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภูมิ ให้อยู่ด้านล่างพร้อมทั้งคำอธิบายสั้น ๆ

6. เอกสารอ้างอิง (**การอ้างอิงสารสนเทศตามแบบ APA**) (7th edition) มีรายละเอียดตามที่กำหนด ดังนี้

6.1 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่)./ หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

6.2 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ เลขปีที่ (ฉบับที่)./ เลขหน้า./ <https://doi.org/เลขdoi>

6.3 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ สำนักพิมพ์.

6.4 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ URL

6.5 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก ไม่ได้ตีพิมพ์./ ชื่อมหาวิทยาลัย.

6.6 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก ไม่ได้ตีพิมพ์./ ชื่อเว็บไซต์./ URL

6.7 ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ ชื่อเรื่อง./ ชื่อเรื่องย่อ./ ชื่อวารสาร./ เลขของปีที่ (เลขของฉบับที่)./ เลขหน้า./ URL (หน้า)./

7. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ก่อนการจัดส่งต้นฉบับ และส่งต้นฉบับมาที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/index> โดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 081 374 3100



คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 ม.5 ต.ท่าช้าง อ.เมือง จ.จันทบุรี
22000