

วารสาร



วิทยาการ สังคมศาสตร์ และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL

**ปีที่ 6
ฉบับที่ 1**

มกราคม - มีนาคม
2566

ISSN 2630-0478 [Print]
ISSN 2773-9880 [Online]

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL (ISSC)

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2566

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

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้คณาจารย์ นักวิจัย ได้พัฒนาองค์ความรู้ และเปลี่ยนแนวคิดและเผยแพร่ความก้าวหน้าทางวิชาการ สาขาวิชาต่าง ๆ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอบเขต วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ครอบคลุมทั้ง บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์งานวิจัย ด้านนิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครุศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและการโรงแรม จิตวิทยา และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

หน่วยงาน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 หมู่ที่ 5 ถนนรักศักดิ์มงคล ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉยกุล ทองอร่าม
อาจารย์ ดร.สุวิทย์ แก้วตาธนวัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สันติสุขธิ์ ปรีวงศ์ตระกูล

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวรัชชนก แพทย์นิมิตร

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กรกฎ ทองชะเอม
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร. เทิดศักดิ์ ช่วยบำรุง
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร.สุมิตร สุวรรณ
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะ พงศาพิทักษ์สันติ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร
ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวรรณ ศิรินันทนา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สกล บุญสิน

สำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงธรรม สรณะ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ประเทศไทย

อาจารย์ ดร.ภานนท์ คุ่มสุภา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ประเทศไทย

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสงี่ยมณย์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

กองบรรณาธิการพิจารณาตรวจสอบภาษาอังกฤษ

อาจารย์อังศุมารินทร์ สุชัยรัตนโชค

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

จัดหน้า

นายณจักร วงษ์ชัย

ออกแบบปก

อาจารย์ ดร.ภานนท์ คุ่มสุภา

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

เว็บไซต์ www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC
โทรศัพท์ 081 374 3100, 081 590 3639

พิมพ์ที่

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

ราคา

ฉบับละ 150 บาท

คำชี้แจง

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารนั้น ต้องผ่านการพิจารณา
ให้ความคิดเห็นรวมทั้งตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์ และ ผู้นิพนธ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double
BlindPeer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์อย่างน้อย 2 ท่าน

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

บทบรรณาธิการ

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2566) มีบทความวิจัยและบทความวิชาการรวมทั้งหมด 19 บทความ แต่ละบทความก็มีความหลากหลายสาขาวิชา มีองค์ความรู้ใหม่ ๆ

กองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ต้องขอขอบคุณผู้สนับสนุนบทความทุกท่านที่ได้ส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้เกียรติประเมินบทความในวารสารฉบับนี้ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้



(อาจารย์ ดร.สันดุสิตธิ บรวิงษ์ตระกูล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิชาการ

- 1** แนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรี 1
ขวัญฤทัย สุริยะ, บวรสรรค์ เจียดำรง และ ฐริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา
- 2** การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น 12
ฉัตรรัตน์ เตือนสติกุล, เพ็ญภา กุลนภาดล และ ประชา อินัง
- 3** การศึกษาและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบคูกังเวเคชั่นในประเทศไทย 21
กฤษฎา จตุรภัทร์, พรวัน แพทยานนท์ และ ปิรันธน์ ปุณณประภา
- 4** ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหาร
สถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 33
ศศิธร ยงยุทธ และ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี
- 5** พัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย 44
ปิยนนท์ สมบูรณ์ และ บรรจง โกศลวัฒน์
- 6** การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์
ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก 55
ศศิวิมล ขำโอด, ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และ ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
- 7** คุณลักษณะของศิลปินเกาหลีและเนื้อหาจากรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปิน
ของประเทศเกาหลีใต้ 67
สุธาวี ไพบูลย์ และ ปอรัรัมย์ ยอดเนตร
- 8** กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจ: เรื่องเล่า
ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร 78
สุภาวดี ธงภักดิ์ และ พัทธ์ชัย ศิริวงศ์
- 9** การเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสด้วยโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรส
เชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน 91
อารีย์ กุล, เพ็ญภา กุลนภาดล และ วรากร ทรัพย์วิระพรรณ
- 10** การจัดการอุทกภัยโดยชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง 106
ศิเรมอร ยงพานิช และ ปิยะนุช เงินคล้าย

สารบัญ

11	แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ดีของนักศึกษาครุมหาวิทยาลัย ราชภัฏรำไพพรรณี 116 <i>ฉันวดี ดอนวิเศษ และ ปวีศา จรดล</i>
12	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักเรียน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 127 <i>วิรัตน์ สนธิจันทร์, สราลี สนธิจันทร์, สมพร ส่งตระกูล, ธนิตา จุลวนิชย์พงษ์ และ วรากร ทรัพย์วิระปกรณ์</i>
13	ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืนของมหาวิทยาลัย ราชภัฏรำไพพรรณี 139 <i>ฐิติรัตน์ อธิธิชัย, สยาม อรุณศรีมรกต, วายกร อุดมโกชน, พรทิพา อาชีวะ และ ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์</i>
14	สื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท่องเที่ยวไม่พร้อม ก่อนวันอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ 150 <i>ชฎาภรณ์ สอนแสน และ ณัฐพงษ์ หมั่นหลี่</i>
15	อิทธิพลของการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย และการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผล ต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ 161 <i>ประสิทธิ์ชัย นราภรณ์, อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, ภูรดา ประเสริฐศรี, ธิติรัตน์ วุฒิสรีเสถียรกุล และ นภาพร ณัฐประวีชัย</i>
16	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลฉนวน อำเภอคลอง จังหวัดจันทบุรี 174 <i>สมพงษ์ เสริมณีนัย, เหมื่อนฝัน คงสมแสง และ สุทธินันท์ โสติวิทย์</i>
บทความวิชาการ	
17	ทวิภาวะ : การสนธิของผู้ส่งสารและสิ่งรับกวนของการสื่อสารด้วยการแต่งหน้า ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ 184 <i>กฤษณ์ คำนนท์</i>
18	การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท 195 <i>พิชญ์สินี ศรีสวัสดิ์</i>
19	“สายธารแห่งน้ำจันทบุรี” บทประพันธ์ส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำจันทบุรี 212 <i>เอกวิทย์ เรืองเจริญ, ศุภศิระ ทวีชัย, และ พิสุทธิ การบุญ</i>

แนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรี GUIDELINES FOR HEALTH COMMUNICATION NETWORK OR THAI TRADITIONAL MEDICINE CLINIC IN CHANTHABURI PROVINCE

ขวัญฤทัย สุริยะ¹ บวรสรรค์ เจียดำรง² และ ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา³

Kwanruthai Suriya, Bavonsan Chiadamrong and Puripat Keawtathanawattana

Article History

Received: 09-01-2023; Revised: 25-01-2023; Accepted: 25-01-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรี วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมสมอง ในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

มีการรวมตัวของบุคลากรทางการแพทย์แผนไทยจนเกิดเป็นเครือข่ายสุขภาพ โดยจุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่ม พบว่า เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอาจารย์กับศิษย์ กลุ่มเกิดขึ้นเองไม่มีใครจัดตั้งขึ้น บทบาทของบุคคลในเครือข่าย พบว่า ประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำ สมาชิก และพันธมิตรของเครือข่าย การสื่อสารในเครือข่าย พบว่า ทั้งสามคลินิกมีการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะแบบเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างแกนนำกับสมาชิกของเครือข่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของบุคคล และมีการติดต่อสื่อสารทางไลน์กลุ่มเพื่อความสะดวกรวดเร็ว อย่างไรก็ตามเครือข่ายการสื่อสารนั้น เป็นแบบทุกช่องทาง โดยมีการขอให้สมาชิกมีการสื่อสารกันอย่างทั่วถึง แต่การสื่อสารไม่ได้เป็นแบบทางการ จึงขาดระเบียบอย่างเป็นรูปธรรม เช่น วาระในการสื่อสาร กำหนดการ เป็นต้น ดังนั้นแนวทางการสร้างกระบวนการสื่อสารภายในและเครือข่ายการสื่อสารภายนอก ต้องประกอบด้วย ด้านการสื่อสารภายใน คือ กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านแพทย์แผนไทยและการประชุมสามัญ ด้านเครือข่ายการสื่อสารภายนอก แบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ผู้รับบริการ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์โดยจัดทำคู่มือการรักษาและใช้สื่อออนไลน์เพื่อเป็นตัวช่วยในการติดตามการรักษา (2) ประชาชนทั่วไป ใช้สื่อกิจกรรมในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์และสื่อออนไลน์ในการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ (3) ภาครัฐ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษเป็นการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือจากหน่วยงานที่เอื้อผลประโยชน์ต่อกัน และ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Master's degree of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: kwanruthaisuriy2564@gmail.com *Corresponding Author

²⁻³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Advisor, Master's degree of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

(4) ภาคประชาสังคม ใช้สื่อกิจกรรมในการสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจที่เกิดขึ้นในจันทบุรี อันนำไปสู่การวางรากฐานให้มั่นคงและยั่งยืน

คำสำคัญ: การสื่อสารสุขภาพ; การสื่อสารในเครือข่าย; เครือข่ายสุขภาพ; คลินิกแพทย์แผนไทย

ABSTRACT

This research aims to develop guidelines for health communication of the network of Thai traditional medicine clinics in Chanthaburi Province. The research tools used were observation, in-depth interviews, brainstorming, and in-depth data collection.

The results of the research found that:

The results showed that There had been a gathering of Thai traditional medical personnel to form a health network. The beginning of the grouping was found to be caused by positive interactions between teachers and students. The group was spontaneous, no one The roles of people in the network were found to consisted 3 groups of people: leaders, members and allies of the network. Network communication was found that all three clinics had to face-to-face communication. It was a two-way communication between the core and members of the network to build relationships of individuals And there was a group line communication for convenience and speed. It's all channels, which is conducive to members to communicate thoroughly but communication is not formal. Therefore, there is no concrete system such as communication agenda, schedule, etc. Therefore, guidelines for creating internal communication processes and external communication networks must be include Internal communication for an activity to disseminate knowledge on Thai traditional medicine and a general meeting. As for the external communication network, it can be divided into 4 groups: (1) Service recipients use print media by creating a treatment manual and using online media as a tool to help follow up on treatment, (2) General public using activity media to link relationships and online media to provide health advice, (3) The government sector using special printed media to record cooperation agreements from agencies that benefit each other, and (4) The civil sector society Using media activities to create cooperation with the business sector that occurred in Chanthaburi which led to laying a stable and sustainable foundation.

Keywords: Health Communication, Network Communication, Network Health, Thai Traditional Medicine Clinic

1. บทนำ

คลินิกแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี ประกอบไปด้วย วุฒิสารโอสถ การแพทย์แผนไทย เบญจมาศ คลินิกการแพทย์แผนไทยประยุกต์ และอัญญเวช คลินิกการแพทย์แผนไทย ณ โดยสถานการณ์ปัจจุบันมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายของคลินิกแพทย์แผนไทยแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนเครือข่ายสุขภาพ ซึ่งจัดเป็นกลยุทธ์วิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนำมาใช้ในการส่งเสริมการสื่อสารในเครือข่ายนับวันมีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายภาคส่วน แม้ว่าการทำงานแบบเครือข่ายจะเป็นเรื่องที่ดีและเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ แต่การธำรงรักษา และการขยายผลการทำงานของเครือข่ายไม่ใช่เรื่องง่าย มีเครือข่ายจำนวนมากที่ต้องล้มเลิกไป เป็นอีกมุมมองที่ไม่อาจมองข้าม ซึ่งสะท้อนทิศทางและภาพรวมของกิจกรรมอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานของเครือข่ายมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้แพทย์แผนไทยกับประชาชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้แนวทางพัฒนาการสื่อสารของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรีที่ชัดเจน อันนำไปสู่การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อประชาชนในจังหวัดจันทบุรีและในจังหวัดใกล้เคียง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรี

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ

กาญจนา แก้วเทพ และ ชนิษฐา นิลผึ้ง (2556) เป็นศาสตร์ที่รวมกันระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “สุขภาวะหรือสุขภาพ” เริ่มต้นในช่วงหลังศตวรรษที่ 20 ในสายของนักสุขภาพที่มีเป้าหมายการใช้การสื่อสารเพื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพ และขยายตัวมาในการสื่อสารที่เริ่มก่อตั้งศาสตร์ด้านการสื่อสารสุขภาพช่วงปี 1975

พนา ทอมีอาคม และ เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ (2552) พบว่า จุดเริ่มต้นที่ทำให้คนสนใจเรื่องนี้มีเหตุผล ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัว เนื่องจากปัญหาของตนเองที่กำลังเดือดร้อนหรือประสบจากคนใกล้ตัว
2. เป็นเรื่องของกระแสทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวาระโดยรัฐบาล สื่อมวลชน หรือองค์กรต่าง ๆ เช่น สสส. ได้ให้คำขวัญ “สร้างนำซ่อม”

3. นักสื่อสารสุขภาพมักประสบปัญหาในเรื่องการสื่อสารสุขภาพและการดูแลรักษาตัวเอง ดังนั้นจึงต้องการแสวงหาวิธีการสื่อสารให้คนเข้าใจเรื่องสุขภาพที่ก่อให้เกิดความหมายร่วมกันและเกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง

หนึ่งทัย ขอผลกลาง และ กิตติ กันภัย (2553) ได้ศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ มีปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ปัจจัยทางสังคม คือ ปัจจัยแวดล้อมทางสังคม เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายสาธารณะเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความตื่นตัวของสาธารณชนในด้านระบบสุขภาพ

2. สุขภาพ ปัญหาสุขภาพเป็นปัญหาที่ทำให้การพัฒนาประเทศจะไม่สามารถดำเนินไปได้ ดังนั้นจึงมีการณรงค์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ประชาชนระวังสุขภาพของตนให้สมบูรณ์แข็งแรง เพราะจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้สภาวะสุขภาพของคนไทยเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการสำรวจให้ทราบปัญหาด้านสุขภาพอนามัยเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพและระบบสุขภาพของประเทศไทย

3. ปัญหาสุขภาพหรือวาระเกี่ยวกับสุขภาพ ในประเทศไทยมีการตื่นตัวในการป้องกันและการส่งเสริมสุขภาพที่สาธารณชนให้ความสนใจตื่นตัว จนกลายเป็นวาระสาธารณะ (Public Agenda) เช่น การบริโภคแบบชีวิต การออกกำลังกาย เป็นต้น ทำให้

เกิดงานวิจัยเกี่ยวกับการป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพอย่างกว้างขวางขึ้น

4. การสื่อสาร เป็นกลไกในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นระดับบุคคล กลุ่ม องค์กรสาธารณะผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ผู้ส่งสารได้วางไว้ การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการทางสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการสื่อสารสุขภาพ

5. ข้อค้นพบหรือองค์ความรู้ สิ่งที่ได้รับจากผลวิจัยมีประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมใน 2 ทิศทาง คือ ประโยชน์ของข้อค้นพบ ทำให้ได้แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาหรือข้อเสนอสำหรับประเด็นปัญหาวิจัย ซึ่งนำมาสู่การกำหนดนโยบายสำหรับการดำเนินการต่อมาได้ และอีกทางหนึ่ง คือ การสร้างองค์ความรู้ใหม่หรือการพัฒนาองค์ความรู้เดิมให้ลุ่มลึกขึ้น อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในเชิงวิชาการของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานั้น

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ชอบอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และไม่สามารถอยู่โดดเดี่ยวได้ ทำให้เกิดครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน ประเทศชาติ จนเกิดเป็นสังคมมนุษย์ขึ้น และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมทำให้มนุษย์เรามีปฏิกริยาโต้ตอบกัน (Interaction) ระหว่างกัน

สุริยรัตน์ โกสุมศุภมาลา (2550) ได้กล่าว ถึงเรื่องลักษณะของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนำมาสรุปเป็นข้อได้ดังนี้ 1) เป็นกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ทำได้จริง สอดคล้องกับความสามารถของผู้นำและสมาชิก มีความร่วมมือภายในกลุ่มสูง 2) สมาชิกมีความกระตือรือร้นสนใจกิจการของกลุ่ม ไม่ปล่อยให้หน้าที่ของผู้นำเพียงฝ่ายเดียว 3) สมาชิกเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อให้กลุ่มบรรลุเป้าหมายและรักษาความเป็นกลุ่มไว้ 4) กลุ่มมีการตัดสินใจโดยกลุ่มเองในเรื่องงานและความก้าวหน้าของกลุ่ม 5) สมาชิกมีความจงรักภักดีและภาคภูมิใจในความสำเร็จของกลุ่ม 6) กลุ่มมีผู้นำที่ดีและเข้มแข็ง และ 7) ผู้นำและสมาชิกร่วมกันวางแผนและควบคุมการกระทำตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่มโดยเน้นกระตุ้นจิตสำนึก

ความหมายของเครือข่าย

เมื่อเกิดการรวมกลุ่มขึ้นหลากหลายกลุ่มในสังคม เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ เป็นต้น ก็จะมีการพัฒนาจนสร้างเป็น “เครือข่าย” ดังนี้

ประพันธ์ ช่างภูศรี (2550) อ้างถึง ใน สุรัชดา รากา (2550) ได้อธิบายถึงรูปแบบและลักษณะของเครือข่ายได้ ดังนี้

เครือข่าย คือ กลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันหรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดรูปหรือจัดระเบียบโครงสร้างที่คนหรือองค์กร สมาชิก ยังคงมีความเป็นอิสระในความหมายนี้ สำคัญ คือ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้อง เป็นไปโดยสมัครใจกิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และการเป็นสมาชิกเครือข่ายไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

ความหมายและความสำคัญของเครือข่ายการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2549) ความสัมพันธ์ด้านการสื่อสาร เรียกว่า เครือข่ายการสื่อสาร เป็นรูปแบบการจัดกลุ่มหรือองค์การ มีรูปแบบความสัมพันธ์ในแนวนอน มีลักษณะการกระจายอำนาจ มีระบบแบ่งงานกันอย่างยืดหยุ่น และเครือข่ายการสื่อสารนั้นยังมีทั้งที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ

สนธยา พลศรี (2550) สรุปว่า เครือข่ายแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกัน การเกิดขึ้นจึงมีสาเหตุปัจจัยสนับสนุน และการก่อรูปเครือข่ายที่แตกต่างกันออกไป สาเหตุของการเกิดเครือข่าย มีดังต่อไปนี้ 1) เกิดโดยธรรมชาติ เป็นการเกิดเครือข่ายขึ้นเองโดยไม่มีใครจัดตั้งซึ่งเป็นผลของความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างมนุษย์ เช่น ความสัมพันธ์ของครูอาจารย์ และลูกศิษย์ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะของการเป็นเครือข่ายอยู่แล้ว เมื่อบุคคลมีส่วนร่วมในระบบความสัมพันธ์ดังกล่าวก็จะเป็นส่วนหนึ่งของระบบเครือข่ายนั่นเอง 2) เกิดจากวิกฤตการณ์ของสังคมมนุษย์ เป็นการเกิดเครือข่ายที่เป็นผลจากการเกิดปัญหาหรือวิกฤตการณ์ขึ้นใน

สังคมที่สมาชิกตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาในลักษณะของการรวมพลัง สมาชิกส่วนใหญ่จะมีคุณลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน อาชีพเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกัน เป็นต้น การเกิดของเครือข่ายอาจจะเริ่มจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์แสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหาในลักษณะของเครือข่ายที่เป็นอิสระ ปราศจากการครอบงำกันและกัน มีความสัมพันธ์แบบไม่ซับซ้อน หรือเป็นแนวราบที่ต่างต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน เช่น เครือข่ายพิทักษ์ป่า เครือข่ายอนุรักษ์กลุ่มน้ำ เป็นต้น 3) เกิดโดยวิวัฒนาการ เป็นการเกิดเครือข่ายเนื่องจากความสัมพันธ์ของสมาชิก เช่น เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น มารวมตัวกันโดยวัตถุประสงค์บางอย่างเป็นเวลานานในลักษณะของกลุ่ม และองค์กรแล้วพัฒนาความสัมพันธ์เป็นเครือข่าย เช่น จากกลุ่มแบบสภากาแฟพัฒนาเป็นเครือข่ายประชาคมหมู่บ้านหรือประชาคมเมือง เป็นต้น และ 4) เกิดโดยการจัดตั้ง เป็นการเกิดเครือข่ายที่มีผู้จัดตั้งและให้การสนับสนุนเพื่อวัตถุประสงค์บางประการจนสมาชิกรวมกันเป็นเครือข่าย ทั้งการจัดตั้งโดยผู้นำรัฐบาล ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เช่น เครือข่ายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เครือข่ายสหกรณ์ เป็นต้น

มาร์ค วี. เรมอนด์ (Mark V. Remond 2000. Pp.266 – 267 ; อ้างใน สุรัชตา ราคา. 2550) ได้กล่าวถึง รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งพูดถึงระบบของโครงสร้างที่มีรูปแบบการสื่อสารได้สรรสร้างเครือข่ายและเครือข่ายก็มีผลกระทบการสื่อสาร ซึ่งได้รูปแบบจำลองของเครือข่ายการสื่อสารไว้ 5 ประเภท ได้แก่

1. Chain Network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ เป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละคนจะติดต่อไปยังสมาชิกที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในการประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ เพราะขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2. Wheel Network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ เป็นเครือข่ายที่รวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากที่สุด บุคคลที่อยู่ตรงกลางจะเป็นผู้นำและมีอำนาจมากที่สุด สมาชิกคนหนึ่งซึ่งรับข่าวสารนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ

3. Circle Network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนมีฐานะเท่าเทียมกัน สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั้งสองด้าน

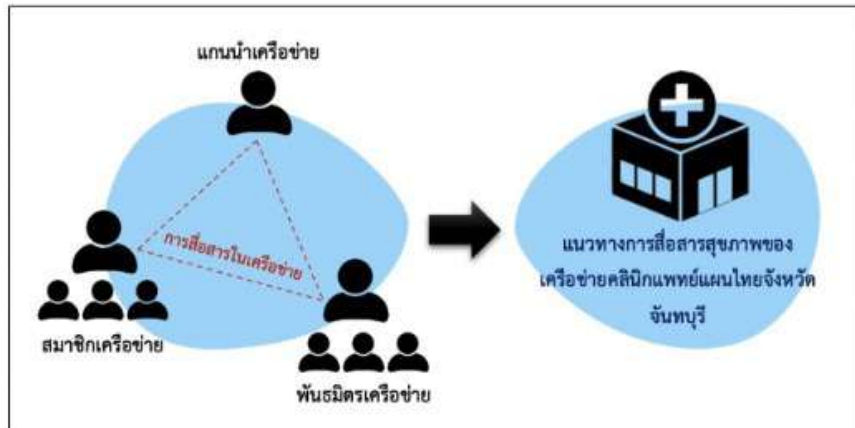
4. Y Network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกอยู่ตรงกลางเพียง 2 คน ทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลที่รับจากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่รอบนอกรูปแบบของการสื่อสารแบบตัวยายนี้อาจเกิดขึ้นในกลุ่มที่มีสมาชิกเพียง 1 หรือ 2 คน เท่านั้น เต็มใจที่จะทำงานและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงานในขณะที่ส่วนที่เหลือจะไม่ได้รับผิดชอบ

5. All – Channel Network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึงได้โดยตรงไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ เรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายที่สมบูรณ์มากที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิกโดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิริยาย้อนกลับสูงที่สุด

4. กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา รวบรวมข้อมูลจากการสังเกต เพื่อค้นหาประเด็นและทำความเข้าใจข้อมูลอีกมิติที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถสื่อสารได้ การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้คำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้างเป็นแนวทางสำคัญในการเข้าถึงข้อมูล และการระดมสมองจากบุคลากรทางการแพทย์แผนไทย ผู้มีความเชี่ยวชาญและมีองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนไทย จำนวน 5 ท่าน และมีการเลือกคลินิกแพทย์แผนไทยแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 3 แห่ง โดยใช้คลินิกแพทย์แผนไทยที่เป็นต้นแบบในจังหวัด 1 แห่ง คือ วุฒิสารโอสถ คลินิกแพทย์แผนไทย และคลินิกที่ได้รับมาตรฐาน 2 แห่ง คือ เบญจมาศ คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ และ อัญญเวช คลินิกแพทย์แผนไทย

6. ผลการศึกษา

แนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรี สามารถแบ่งประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. องค์ประกอบของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทย จังหวัดจันทบุรี

จุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่ม จากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอาจารย์กับศิษย์ เป็นการเกิดโดยธรรมชาติ เนื่องจากกลุ่มเกิดขึ้นเองไม่มีใครจัดตั้ง ซึ่งมีการสื่อสารรูปแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ การสื่อสารไม่มีการถูกวางแผนมาก่อน เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนไทยระหว่างกันเท่านั้น สำหรับบทบาทของบุคคลในเครือข่าย จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พบว่า ประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่

(1) แกนนำเครือข่าย คือ ผู้นำทางความคิด เช่น ผู้นำในกลุ่มสำรวจป่า ผู้นำในการเรียนรู้เรื่องตำรายาต่าง ๆ เป็นต้น บทบาทสำคัญ คือ เผยแพร่องค์ความรู้ให้กับสมาชิกได้รับประโยชน์สูงสุดจนสมาชิกเกิดการยอมรับอย่างเห็นได้ชัด

(2) สมาชิกเครือข่าย คือ ผู้ที่มีความสนใจในการเรียนรู้ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่แพทย์แผนไทยและนักศึกษาแพทย์แผนไทย บทบาทสำคัญเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม

(3) พันธมิตรของเครือข่าย คือ ผู้สนับสนุนให้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ เช่น หมอไทย ดีเด่นภาคตะวันออก งานแพทย์แผนไทยภาคกลางและภาคตะวันออก เป็นต้น สำหรับผู้รับบริการ มีส่วนช่วยสนับสนุนในด้านความรู้สึกและการเป็นกำลังใจ พร้อมช่วยเหลือเครือข่ายทุกเมื่อ

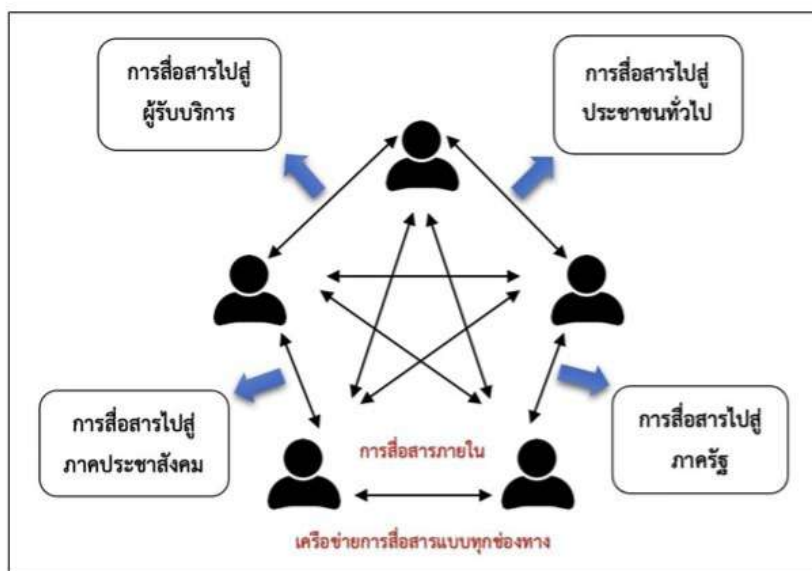
2. การสื่อสารภายในเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทย จังหวัดจันทบุรี

การสื่อสารในเครือข่าย จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประสานความร่วมมือในกิจกรรม เช่น กิจกรรมสำรวจป่าสมุนไพรไทย การสนับสนุนกิจกรรมเรียนรู้เรื่องตำรายาต่าง ๆ พร้อมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่เพื่อประยุกต์ใช้ในการรักษาแพทย์แผนไทย ดังนั้นวิธีการสื่อสารเป็นแบบระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในลักษณะแบบเผชิญหน้า (Face to face Communication) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two – way Communication) ระหว่างแกนนำกับสมาชิกของเครือข่าย และมีการประยุกต์ใช้ไลน์กลุ่ม (Group Line) ในการติดต่อสื่อสารกันอีกหนึ่งช่องทางเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นแบบทุกช่องทาง แต่ไม่ใช่การสื่อสารอย่างเป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรกับสมาชิกในเครือข่าย จึงขาดระบบในการสื่อสารที่เป็นรูปธรรม เช่น วาระในการสื่อสาร กำหนดการ เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาจึงเกิดขึ้นในระดับเครือข่าย หากจะให้อย่างยืนควรสร้างกระบวนการสื่อสารภายในและเครือข่ายการสื่อสารภายนอก โดยมีองค์ประกอบภาพดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2

กระบวนการสื่อสารภายในและเครือข่ายการสื่อสารภายนอก



ที่มา: ขวัญฤทัย สุริยะ และคณะ (2565)

การสื่อสารภายใน จะช่วยสร้างความเข้าใจในเรื่องของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และเป็นตัวกลางความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก เพื่อให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านแพทย์แผนไทย

การจัดเสวนาสรรพคุณของสมุนไพรไทย การจัดนิทรรศการถอดบทเรียนแพทย์แผนไทย และการจัดทำหนังสือวิชาการองค์ประกอบธาตุหรือแปลบทความ เอกสาร เกี่ยวกับองค์ความรู้ ความเชื่อด้านแพทย์แผนไทย เป็นต้น ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นมีการใช้สื่อกิจกรรมเป็นตัวกลางการสื่อสารไปยังสมาชิกและพันธมิตร ในลักษณะออฟไลน์ (Offline) มีรูปแบบที่มุ่งเน้นสื่อสารระหว่างกัน โดยเพิ่มบทบาทอย่างไม่มีขีดจำกัดและเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ตามภาระหน้าที่ต่อกัน

(2) การประชุมของเครือข่าย

คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมใหญ่ประจำปีหรือการประชุมวิสามัญ ปีละ 1 ครั้ง เพื่อแถลงการณ์ดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมา แลกเปลี่ยนเรียนรู้รับ - ร่ายจ่าย และบัญชีดุลของปีที่ผ่านมาให้สมาชิกทราบ รวมถึงเรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี) ปัจจุบันการประชุมมีในลักษณะออนไลน์ (Online) ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพร้อมในการจัดประชุมครั้งนั้น ๆ โดยสามารถประชุมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom, Cisco Webex, Google Meet ดังนั้นการเลือกใช้ช่องทางการประชุมผ่านสื่อออนไลน์ ต้องมีการคำนึงถึงลักษณะการใช้งาน ความเหมาะสม และความพร้อมในการประชุม เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้การประชุมเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. การสื่อสารภายนอกเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทย จังหวัดจันทบุรี

เครือข่ายการสื่อสารภายนอก มีความสำคัญอย่างยิ่งส่งผลถึงกระบวนการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) การสื่อสารไปสู่ผู้รับบริการ เป็นการเพิ่มทักษะและฝึกฝนวิธีการดูแลตนเองในลักษณะของแพทย์แผนไทย โดยใช้วิธีการรักษาแบบองค์รวม สร้างการเรียนรู้ให้กับผู้รับบริการจนเกิดศักยภาพและความสามารถในการจัดการตนเองได้ในระยะยาว คือ จัดทำคู่มือการรักษา เส้นทางสุขภาพดีด้วยวิธีการแพทย์แผนไทย ได้แก่ การแสดงแผนการรักษาด้วยการแพทย์แผนไทยที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจต่อผู้ดูแล เป็นต้น จัดให้มีระบบบริการสอบถามข้อมูลสุขภาพทางโทรศัพท์ ได้แก่ ผู้ที่ให้คำแนะนำจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแพทย์แผนไทย สนทนาโดยหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางวิชาการและภาษาที่เข้าใจยาก เป็นต้น สร้างช่องทางเชื่อมต่อผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) เพื่อเป็นตัวช่วยในการติดตามการรักษา กระตุ้นให้ผู้รับบริการได้เรียนรู้วิธีการดูแลตนเองอยู่เป็นประจำ

ดังนั้น การสื่อสารเชิงรุก มีเป้าหมายเพื่อส่งต่อข้อมูลและองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพด้วยวิถีแพทย์แผนไทยไปสู่ผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นเครื่องมือติดตามการรักษาจากที่พักอาศัย (Home Isolation) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงองค์ความรู้ไม่เป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้รับบริการหลังการรักษา

(2) การสื่อสารไปสู่ประชาชนทั่วไป เป็นการพัฒนาระบบการผลิตสื่อสุขภาพและช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแพทย์แผนไทยอยู่มาก โดยต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารยังประชาชนทั่วไปผ่านทั้งสื่อออฟไลน์ (offline) และสื่อออนไลน์ (online) เพื่อความสะดวกและสามารถเข้าถึงได้ง่ายรวดเร็ว คือ

กิจกรรม “สายธารแห่งศรัทธา ร่วมพัฒนาสมุนไพรไทย” มีเป้าหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนทั่วไป เช่น คุณค่าของการแพทย์แผนไทย วิธีการใช้สมุนไพรที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อตนเอง เป็นต้น เพื่อใช้สื่อสารไปยังประชาชนทั่วไป ที่เฉพาะเจาะจงโดยมีกรอบระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งประยุกต์ใช้สื่อการรณรงค์อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการรับรู้แบบกว้างและสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

line Official Account เครือข่าย บัญชีไลน์เพื่อเป็นแหล่งรวมตัวของผู้แสวงหาการมีสุขภาพดีในวิถีแพทย์แผนไทย เป็นการ broadcast (Broadcast) ถึงผู้ติดตามได้ในครั้งเดียว ในลักษณะนี้จะเป็นในส่วนของงานนำเสนอข้อมูลสุขภาพด้วยก็ได้และยังสามารถส่งข้อความแบบส่วนตัวโดยนำมาประยุกต์ใช้ในการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทยได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

Facebook page เครือข่าย โดยชื่อเพจอาจเป็นชื่อเฉพาะก็ได้ เนื่องจากการสร้างตัวตนและให้เกิดการจดจำได้ง่าย การโพสต์บนเพจอาจต้องมีลักษณะของการสร้างคอนเทนต์เพื่อดึงดูดให้ผู้รับบริการและประชาชนทั่วไปมาติดตาม รวมถึงการสร้างการ

มีส่วนร่วมให้กับผู้ติดตามได้ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งจุดประสงค์หลักของการสร้างเพจเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเครือข่ายแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี

(3) การสื่อสารไปสู่ภาครัฐ ร่วมกันกำหนดทิศทางด้านแพทย์แผนไทยให้มีชื่อเสียงและขยายการยอมรับเป็นวงกว้าง โดยผลักดันให้เป็นแนวทางหลักในอนาคต ต้องมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ ได้แก่

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี จัดทำหลักสูตรร่วม เช่น การศึกษาการใช้กัญชาทางการแพทย์ร่วมกับการรักษาในแพทย์แผนปัจจุบัน เป็นต้น เป็นการสร้างโอกาสในพื้นที่การศึกษาที่หลอมรวมผลิตพยาบาลประยุกต์นำการบำบัดเข้ามาใช้ ซึ่งผสมผสานรูปแบบให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี ดังนั้นการร่วมกันกำหนดข้อตกลงร่วมร่างหลักสูตรในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนไทยไปสู่นักศึกษาพยาบาลในวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี จะต้องประกอบไปด้วย ระบบการร่างหลักสูตร ระบบการบริหารหลักสูตร และระบบการประเมินหลักสูตร เป็นเครื่องมือนำไปสู่การเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพ จึงจะส่งผลให้หลักสูตรนั้นสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับของทั้งสองฝ่าย

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดจันทบุรี เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพรจากเครือข่าย มาบรรยายโดยการสอดแทรกเนื้อหาสาระองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านสมุนไพรไทยให้กับกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ แนวทาง วิธีการ และเครื่องมือประเมินความรู้ด้านสุขภาพในระดับจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปเผยแพร่สู่การปฏิบัติพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับพื้นที่ในจังหวัดจันทบุรี ตามนโยบายสาธารณสุขเชิงรุกในกลุ่มแม่และเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ป่วยเรื้อรังในชุมชน ไปเสริมสร้างการใช้สมุนไพรไทยและแพทย์แผนไทยในการรักษาพยาบาลเบื้องต้นตามอาการ

(4) การสื่อสารไปสู่ภาคประชาสังคม ประสานความร่วมมือแบบภาคีเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดและผลกระทบทางสังคม โดยจัดช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลาย ได้แก่

ร่วมใจจันทบูรปลูกสมุนไพรไทย เชิญชวนเครือข่ายผู้ประกอบการชาวสวนในจังหวัดจันทบุรีที่มีความสนใจและมีพื้นที่ในการปลูกสมุนไพร โดยให้เครือข่ายเป็นผู้ชี้แนะตั้งแต่ พันธุ์ วิธีการปลูก และการบำรุงรักษา เครือข่ายสามารถกำหนดราคารับซื้อในราคาทุนเพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิตสมุนไพรไทย

สร้างความร่วมมือกับธุรกิจฟิตเนสในจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากการออกกำลังกายได้รับความนิยมมากขึ้น ตามแนวโน้มและกระแสการดูแลสุขภาพ รวมถึง Studio ออกกำลังกายเฉพาะด้าน เช่น การปั่นจักรยานในร่ม การเล่นโยคะ มวยไทยเพื่อออกกำลังกาย เป็นต้น เป็นที่น่าสังเกตว่า จุดเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายและธุรกิจดังกล่าว มีความเป็นไลฟ์สไตล์ของคนที่รักสุขภาพเหมือนกัน ดังนั้นการสร้างความร่วมมือ ณ จุดนี้ คือ การจัดโปรแกรมออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม เช่น เป้าหมายของโปรแกรมเพื่อสร้างพฤติกรรมใหม่ในการออกกำลังกาย สร้างกลยุทธ์จัดการน้ำหนักในระยะยาวด้วยวิธีแพทย์แผนไทย เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายต้องผลิตผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการในรูปแบบของแพทย์แผนไทยและจะต้องมีความรู้ข้อจำกัดด้านการออกกำลังกาย เป็นการคืนความสมดุลเพื่อให้ร่างกายบรรลุเป้าหมาย

ดังนั้น การสร้างความร่วมมือเป็นการขยายจุดแข็งของเครือข่ายโดยใช้ช่องทางการสื่อสารไปสู่ภาคประชาสังคมนับมีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นการอาศัยปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนและสนับสนุน เพื่อสร้างการขับเคลื่อนที่เข้มแข็งให้กับเครือข่าย รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับเครือข่ายแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี และถือเป็นแบบอย่างเครือข่ายการสื่อสารที่สมบูรณ์

7. อภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษาพบประเด็นที่เครือข่ายไม่ได้ให้ความสำคัญ เช่น ช่องทางการสื่อสาร ที่มีความสำคัญอย่างมาก คือ กระบวนการสื่อสารภายในและเครือข่ายการสื่อสารภายนอก จากประเด็นดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ดังนี้ 1) การสื่อสารในเครือข่าย

พบว่า มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประสานความร่วมมือในกิจกรรม เช่น กิจกรรมสำรวจป่าชุมชนไพรไทย การสนับสนุนกิจกรรมเรียนรู้เรื่องตำรายาต่าง ๆ พร้อมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่เพื่อประยุกต์ใช้ในการรักษาแพทย์แผนไทย ดังนั้นวิธีการสื่อสารเป็นแบบระหว่างบุคคล ในลักษณะแบบเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารสองทาง ระหว่างแกนนำกับสมาชิกของเครือข่าย และมีการประยุกต์ใช้ไลน์กลุ่ม (Group Line) ในการติดต่อสื่อสารกันอีกหนึ่งช่องทางเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง นุช: เครือข่ายการสื่อสารแพนครีบาลผลิตโชค อายนบุตร บนสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ (2561) ผลวิจัยในส่วนของการสื่อสารกลุ่มแพนครีบาลผลิตโชค อายนบุตรบนสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ยังส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มแพนครีบาลกระจายไปยังสื่ออื่น ๆ เช่น ผ่านสื่อกิจกรรมในสังคมจริง และการตั้งกลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ เป็นต้น และ 2) เครือข่ายการสื่อสารภายนอกที่ส่งผลถึงกระบวนการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่าง (1) ผู้รับบริการ (2) ประชาชนทั่วไป (3) ภาครัฐ (4) ภาคประชาสังคม ดังนั้นการสร้างเครือข่ายต้องจัดตั้งอย่างเป็นทางการและเหมาะสมกับช่องทางต่าง ๆ โดยกำหนดรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารให้ชัดเจน ดังที่ Mark V. Remond (2000) กล่าวถึง เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All – Channel Network) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่เอื้อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึงได้โดยตรง เรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายที่สมบูรณ์มากที่สุด จะส่งผลให้เป็นแนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรีอย่างยั่งยืน

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ในมุมมองมิติเครือข่ายการสื่อสารภายนอก เป็นตัวแปรสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนให้กับเครือข่ายแพทย์แผนไทยในอนาคต เนื่องจากการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) เอื้อช่องทางการมีส่วนร่วมให้กับคนรุ่นใหม่ เช่น Gen Y และ Gen C ปลุกฝังทางเลือกสุขภาพโดยให้ยอมรับด้านแพทย์แผนไทย เป็นต้น เกิดคนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงตนเองเป็นจิตอาสา มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Active Citizen) สนับสนุนให้คนรุ่นใหม่เหล่านี้ทำงานเปลี่ยนแปลงสังคมร่วมกันเป็นเครือข่าย

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
 - 1) จากผลการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารสุขภาพของเครือข่ายคลินิกแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรีอย่างยั่งยืน
 - 2) จากผลวิจัยเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างชัดเจนให้เครือข่ายแพทย์แผนไทยจังหวัดจันทบุรีอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
 - 1) ควรมีการศึกษาวิจัยกับกระบวนการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพในบริบทด้านแพทย์แผนไทยของประชาชนจังหวัดจันทบุรี เพื่อเพิ่มการขึ้นทะเบียนเรื่องสุขภาพส่วนบุคคล ครอบครัว ชุมชน เพื่อสุขภาพที่ดี
 - 2) ควรมีการศึกษาวิจัยกับนวัตกรรมการจัดการในคลินิกแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี เพื่อใช้วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการวัฒนธรรมของคลินิกแพทย์แผนไทย และนำข้อมูลมาใชวางแผนในการสื่อสารด้านแพทย์แผนไทยในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กองสุศึกษา. (2556). *การสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของชุมชน*. ม.ป.ท
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ได้ฟ้าฟ้าแห่งการศึกษา สืบบุคคลและเครือข่ายการสื่อสารภาพรวมงานวิจัย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, ขนิษฐา นิลผึ้ง. (2556). *สื่อสาร อาหาร สุขภาพ*. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2562). *การสื่อสารสุขภาพเพื่อการดูแลสุขภาพและสุขภาพจิตระหว่างผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัวด้วยสื่อใหม่ (พิมพ์ครั้งที่2)*. ห้างหุ้นส่วน จำกัด โรจนพันธ์ตั้ง.
- ธีรวุฒิ กายแก้ว. (2556). *การสร้างเครือข่ายสังคม: กรณีศึกษานักฟุตบอลสมัครเล่นในกลุ่มกรุงเทพเหนือ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาลัษราชภัฏสวนสุนันทา
- ประพันธ์ ช่วงภูศรี, สุรัชดา ราคา. (2550). *กระบวนการสื่อสารกับเยาวชนของเครือข่ายครูนักธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่*. [วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรางแก้ว ปรารรัตน์. (2561). *นุช: เครือข่ายการสื่อสารแฟนคลับผลิตโชค อายนบุตร บนสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์*. [วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนา ทองมีอาคม, เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ. (2551). *การสื่อสารสุขภาพ: ประโยชน์และการจำเป็นของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และการบริหารด้านสุขภาพ*. *วารสารวิชาการคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, (4)(3), 10-15
- วาสนา จันทรวงศ์. (2548). *การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุศึกษาและการเสริมสร้างสุขภาพ*. เจริญดีการพิมพ์
- สนธยา พลศรี. (2550). *เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาชุมชน*. โอเดียนสโตร์.
- สุรัชดา ราคา. (2550). *กระบวนการสื่อสารกับเยาวชนของเครือข่ายครูนักธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรรัตน์ โกสมสุภมาลา. (2550). *บทบาทของการสื่อสารต่อการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หนึ่งฤทัย ขอมผลกลาง และ กิตติ กันภัย. (2552). *พัฒนาการและแนวโน้มของการวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพในประเทศไทย*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- Kreps, G. L., & Thornton, B. C. (1992). *Health communication: Theory & Practice*. 2nd edition. Waveland Press.
- Mark V. R. (2000). *Communication: Theories and Applications*. Houghton Mifflin Company.

การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น

THE ENHANCEMENT OF COUPLE'S MARITAL QUALITY THROUGH SOLUTION-FOCUSED BRIEF THERAPY

ฉัตรรัตน์ เตือนสติกุล¹ เพ็ญภา กุลนภาดล² และ ประชา อินัง³

Chatrat Tuansatikul, Pennapha Koolnapadol and Pracha Inang

Article History

Received: 06-06-2021; Revised: 20-09-2021; Accepted: 06-06-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการให้การปรึกษาคู่สมรสทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นต่อคุณภาพชีวิตสมรส กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ คู่สมรสที่ทำงานอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 20 คู่ ผู้วิจัยใช้การสุ่มเข้ากลุ่มเป็นกลุ่มทดลอง 10 คู่ กลุ่มควบคุม 10 คู่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบวัดคุณภาพชีวิตสมรสซึ่งมีค่าคุณภาพเครื่องมือ .92 และโปรแกรมการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา ผู้วิจัยดำเนินการให้การปรึกษารายคู่ จำนวนคู่ละ 9 ครั้ง ครั้งละ 60-90 นาที ดำเนินการทดลองสัปดาห์ละ 2 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 5 สัปดาห์แบ่งการทดลองออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

ผลการศึกษาพบว่า

คู่สมรสที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น มีคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส สูงกว่ากลุ่มควบคุมในระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และคู่สมรสในกลุ่มทดลองมีคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสในระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล สูงกว่าระยะก่อนทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตสมรส; คู่สมรส; การปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น

¹ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Master's Degree, in Counseling Psychology, Faculty of Education, Burapha University
E- mail: Tuansatikul@gmail.com *Corresponding author

²⁻³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Advisor, in Counseling Psychology, Faculty of Education, Burapha University

ABSTRACT

This research aimed to study the effects of solution-focused brief therapy on Couple's Marital Quality who work in Samutpakarn province of 20 couples separated by random to be experimental group 10 couples and control group 10 couples. The instruments used for collecting data were the Couple's Marital Quality questionnaire which IOC .92 and the couple counseling program which researcher develop based on solution-focused brief therapy. The intervention was administered for 9 sessions of 60-90 minutes duration twice weekly for 5 weeks. The research design was two-factor experiment with repeated measures on one factor. The study was divided into 3 phases: the pre-test phase, the post-test phase, and the follow-up phase.

The results of the research found that:

the average score of Couple's Marital Quality in the experimental group was higher than the control group with statistically significant different at .05 level when measured in the post-test and follow-up phase. The levels of Couple's Marital Quality average score in the experimental group in the post-test and follow-up phase were higher than the pre-test phase statistically significant different at .05 level.

Keywords: Couple's Marital Quality; Couple; Solution-Focused Brief Therapy

1. บทนำ

การสมรสเป็นจุดเริ่มต้นของสัมพันธภาพในครอบครัวที่สำคัญที่สุด ปัจจุบันชายและหญิงจำนวนมากใช้ชีวิตสมรสเร็วขึ้นและใช้เวลาในการศึกษานิสัยหรือพฤติกรรมของตนเองน้อยลง เนื่องจากสภาพสังคมในยุคปัจจุบันที่เอื้อให้เกิดความสนิทสนมและใกล้ชิดกันง่ายขึ้น ทำให้มีการตกลงใจใช้ชีวิตคู่ที่เร็วขึ้น ส่งผลต่อความอ่อนแอของสถาบันครอบครัวที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น เหตุจากการครองรักของคู่สมรส ที่มีความขัดแย้งทั้งความคิดและการกระทำที่ไม่สามารถปรับตัวเข้าหากันและยอมรับร่วมกันระหว่างคู่สมรสได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความไม่พร้อมในการใช้ชีวิตคู่ร่วมกัน ทำให้เกิดความขัดแย้งจนอาจนำไปสู่การแก้ปัญหาด้วยการหย่าร้างในที่สุด

การหย่าร้างในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทั้งนี้จากข้อมูลของ กรมการปกครอง (2563) ในช่วงระหว่างปี 2550 ถึง 2560 นั้นพบว่า ประเทศไทยมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นประมาณ 3.61 ล้านคน ซึ่งมีการแต่งงานที่ลดลงและการหย่าร้างที่เพิ่มขึ้น โดยจำนวนการจดทะเบียนสมรสของคนไทยลดลงจากจำนวน 3.13 แสนในปี 2550 มาเป็น 2.98 แสนในปี 2560 ซึ่งลดลงร้อยละ 5.1 ในขณะที่จำนวนการจดทะเบียนหย่าร้างเพิ่มขึ้นจาก 1.02 แสนในปี 2550 มาเป็น 1.22 แสนในปี 2560 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 อัตราการหย่าร้างนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ควรได้รับการแก้ไขโดยการเพิ่มหรือสร้างเสริมคุณภาพชีวิตสมรสให้กับคู่สมรส คุณภาพชีวิตสมรสนั้น Stinnett and DeFrain (1985) ได้ระบุว่า ประกอบด้วย การชื่นชมคุณค่าของคู่สมรส การใช้เวลาอยู่ร่วมกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การเต็มใจร่วมทุกข์ร่วมสุขกัน การยึดหลักศาสนาในการดำเนินชีวิต และการมีสมรรถนะในการจัดการกับวิกฤติการณ์ระหว่างคู่สมรสอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ งามดาวนันทานนท์ และคณะ (2545) ที่ทำการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของคุณภาพชีวิตสมรสในครอบครัวไทยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่สมรส ได้แก่ จิตลักษณะด้านความใกล้ชิดผูกพัน การให้ความสำคัญกับชีวิตครอบครัว ทศนคติที่ดีต่อคู่สมรสและการรับรู้สภาพเศรษฐกิจของครอบครัว ผลเช่นนี้พบสอดคล้องกันทั้งในฝ่ายสามีและฝ่ายภรรยา และงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตสมรส ของ มัลลิกา สมสกุล (2543) พบว่า การสื่อสารระหว่างคู่สมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตสมรส

การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรส สามารถทำได้หลากหลายวิธี ดังที่เห็นในปัจจุบัน ได้แก่ การรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ การให้ข้อคิดผ่านทางเพจที่ปรึกษาด้านความสัมพันธ์ เป็นต้น แต่วิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ คือ การปรึกษาคู่สมรส ซึ่งเป็นการช่วยให้บุคคลสามารถที่จะแก้ปัญหาได้ด้วยตัวตนเอง โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการสร้างความสัมพันธ์การสื่อสาร การสร้างความเข้าใจและการชักจูงให้บุคคลเปลี่ยนแปลงตนเอง ขั้นตอนของการให้การปรึกษาประกอบด้วย การสร้างความสัมพันธ์ กำหนดประเด็นที่จะช่วยแก้ปัญหา ร่วมกัน การดำเนินการแก้ปัญหาด้วยการประคับประคองจิตใจ การจัดการอารมณ์ การกระตุ้นให้มองหาทางเลือกในการแก้ปัญหา ข้อดีข้อเสีย การชี้แนะการปรึกษารอบครัว (เพ็ญภา กุลนาคล, 2562)

การให้การปรึกษาคู่สมรสทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น (Solution-focused brief therapy) เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ผู้รับการปรึกษาหาทางออกของปัญหาโดยจะไม่เน้นหาสาเหตุของปัญหา แต่มุ่งหาทางออกของปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นมีความเหมาะสมกับการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรส เพราะมีกระบวนการและเทคนิคต่างๆ ที่จะช่วยคู่สมรสในการร่วมกันหาทางออกของปัญหาที่เกิดขึ้น โดยไม่เน้นที่ตัวสาเหตุของปัญหา ทำให้คู่สมรสไม่ต้องรื้อฟื้นและกล่าวถึงปัญหาที่จะทำให้เกิดความไม่สบายใจขึ้นทั้งสองฝ่าย อีกทั้งในการให้การปรึกษาใช้ระยะเวลาไม่นาน จึงสามารถช่วยให้คู่สมรสมีคุณภาพชีวิตสมรสที่ดีขึ้นอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลการให้การปรึกษาคู่สมรสทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นต่อคุณภาพชีวิตสมรส เพื่อให้คู่สมรสมีคุณภาพชีวิตสมรสเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น เรียนรู้ที่จะมีชีวิตอยู่กับคู่สมรสเดิมอย่างมีความสุขและราบรื่นต่อไป และเป็น การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจนำไปสู่การหย่าร้างในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

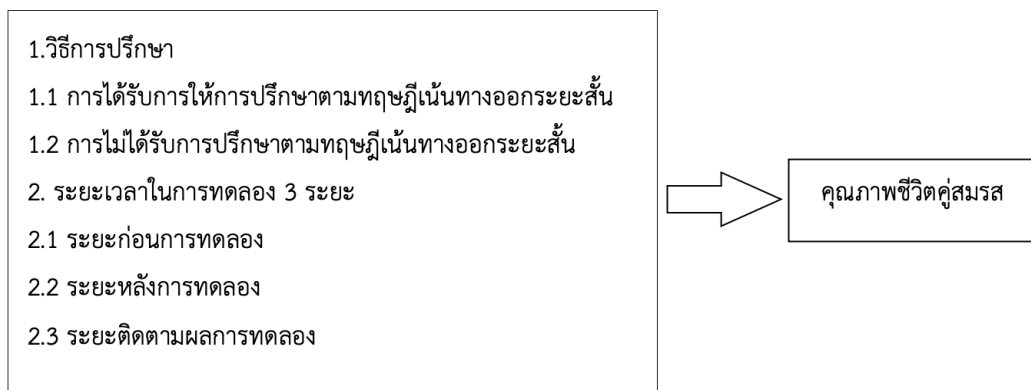
2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลการให้การปรึกษาคู่สมรสทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นต่อคุณภาพชีวิตสมรส

3. กรอบความคิด

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



4. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สามเณร และ ภรรยาที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองคนทำงานอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ ที่อยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยามาเป็นเวลา 1-5 ปี สามเณรและภรรยามีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้

กลุ่มตัวอย่าง คือ สามเณร และ ภรรยาที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองคนทำงานอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ ที่อยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยามาเป็นเวลา 1-5 ปี สามเณรและภรรยามีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คู่ขอเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สามเณร และ ภรรยาที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองคนทำงานอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม จ.สมุทรปราการ ที่อยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยามาเป็นเวลา 1-5 ปี สามเณรและภรรยามีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้

กลุ่มตัวอย่าง คือ สามเณรและภรรยาที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองคนทำงานอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ ที่อยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยามาเป็นเวลา 1-5 ปี สามเณรและภรรยามีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่ทำแบบวัดคุณภาพชีวิตสมรสและได้คะแนน ตั้งแต่ 100 คะแนนลงมา และจับฉลากเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคู่สมรส ที่สมัครใจในการเข้าร่วมการให้การปรึกษาคู่สมรสเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น จำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มทดลอง และจำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มควบคุม โดยคัดเลือกคู่สมรสที่มีความพร้อมและมีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เป็นคู่สมรสที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองคนทำงานอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการเป็นเขตปริมาณผลซึ่งมีพื้นที่ภาคส่วนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศไทย และมีข้อมูลสถิติการหย่าร้างสูงที่สุดในเขตภาคกลาง จำนวน 4,131 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรมการปกครอง, 2563)

2. ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมการให้การปรึกษาคู่สมรสเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น โดยผู้วิจัยจัดทำแผ่นประชาสัมพันธ์รับสมัครคู่สมรสเข้าร่วมโครงการ ระบุคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมโครงการ และวิธีการเข้าร่วมโครงการ

3. ผู้วิจัยให้ผู้สนใจเข้าร่วมการให้การปรึกษาคู่สมรสทำแบบวัดคุณภาพชีวิตสมรส จำนวน 40 ข้อ หากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยหากรู้สึกไม่สบายใจหรือไม่พร้อมที่จะตอบแบบวัด ก็สามารถยุติการตอบแบบวัดได้ทันที โดยใช้เวลาในการตอบแบบวัดประมาณ 15 - 20 นาที โดยไม่สามารถระบุจำนวนได้ในเขตพื้นที่ตำบลสำโรงใต้ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

4. ผู้วิจัยจัดเรียงคะแนนคู่สมรสที่ทำแบบวัดคุณภาพชีวิตสมรส เพื่อดูคะแนนก่อนการทดลอง และเลือกคู่สมรสที่มีคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ตั้งแต่ 100 คะแนนลงมา 5. ผู้วิจัยใช้การสุ่มโดยจับฉลากเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคู่สมรสที่สมัครใจในการเข้าร่วมการให้การปรึกษาคู่สมรสเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น จำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มทดลอง และจำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มควบคุม โดยคัดเลือกคู่สมรสที่มีความพร้อมและมีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบวัดคุณภาพชีวิตสมรสเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยพัฒนาจากกรอบแนวคิดของ Stinnett and DeFrain (1985) และ ลดาวัลย์ สำแดง (2550) มีค่าคุณภาพเครื่องมือ .92

2.2 โปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรส

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณภาพชีวิต

สมรส ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนทดลอง ระยะหลังทดลอง และระยะติดตามผลการทดลองโดยการนำเสนอในรูปแบบตารางและแผนภูมิในระยะต่าง ๆ ของการทดลอง

2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผลการทดลอง ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดประเภทหนึ่งตัวแปรระหว่างกลุ่มและหนึ่งตัวแปรภายในกลุ่ม Repeated-measures analysis of variance: One between-subjects variance and one within-subjects variance) ของ Howell (2007) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของนิวแมน-คูลส์ (Newman-keuls procedure)

5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1

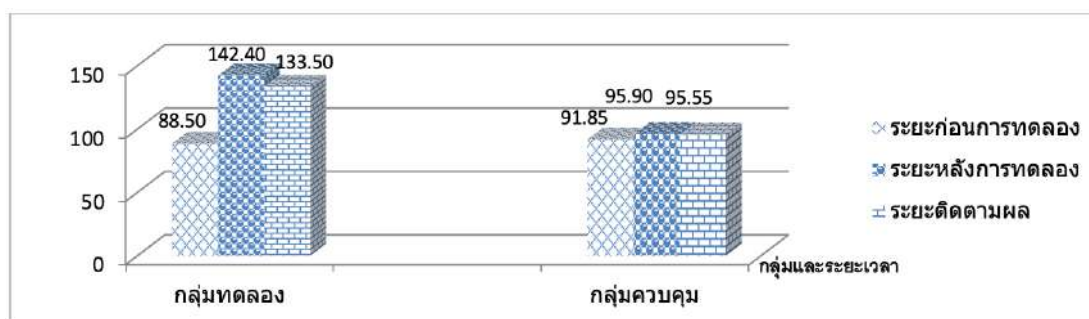
ข้อมูลและค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

กรอบครีวที่	กลุ่มทดลอง			กรอบครีวที่	กลุ่มควบคุม		
	ระยะ ก่อนทดลอง	ระยะหลัง ทดลอง	ระยะ ติดตามผล		ระยะ ก่อนทดลอง	ระยะหลัง ทดลอง	ระยะ ติดตามผล
1	92.50	149.50	131.50	1	93.00	99.50	84.00
2	94.00	144.50	120.50	2	92.50	102.50	87.00
3	81.00	139.50	140.50	3	91.00	82.50	101.50
4	92.50	149.50	131.50	4	90.50	90.50	97.50
5	94.50	139.00	130.00	5	87.50	89.50	100.00
6	93.00	131.50	133.50	6	92.00	93.50	96.50
7	92.50	143.00	132.50	7	95.00	82.00	86.00
8	79.50	144.00	144.50	8	97.00	108.00	111.50
9	93.00	154.00	140.00	9	96.50	106.50	93.00
10	72.50	129.50	130.50	10	83.50	104.50	98.50
รวม	885.00	1,424.00	1,335.00	รวม	918.50	959.00	955.50
$\bar{X}$	88.50	142.40	133.50	$\bar{X}$	91.85	95.90	95.55
SD	7.80	7.80	6.76	SD	4.10	9.65	8.35

จากตารางที่ 1 พบว่า คู่สมรสในกลุ่มทดลองที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะก่อนทดลอง ระยะหลังทดลอง และระยะติดตามผล เป็น 88.50, 142.40 และ 133.50 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการปรึกษามีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังทดลอง และระยะติดตามผล เป็น 91.85, 95.90 และ 95.55 ตามลำดับ เมื่อนำค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส มาทำเป็นแผนภูมิ เพื่อนำเสนอในรูปแบบแผนภูมิค่าเฉลี่ยในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม แสดงผลดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2

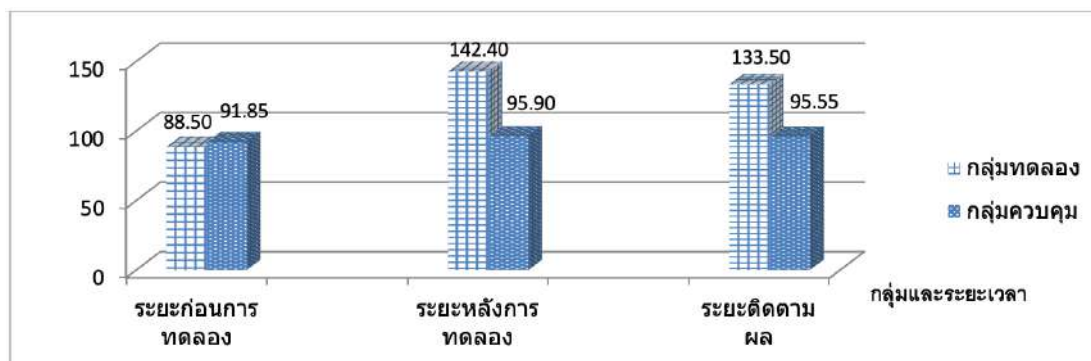
แผนภูมิค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม



จากภาพที่ 2 พบว่า คู่สมรสในกลุ่มทดลองที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะก่อนการทดลองเป็น 88.50 ระยะหลังการทดลองเป็น 142.40 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยคะแนน ระยะก่อนการทดลองเท่ากับ 53.90 ส่วนระยะติดตามผลค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส เป็น 133.50 ซึ่งค่าเฉลี่ยคะแนนเพิ่มขึ้น จากระยะก่อนการทดลองเท่ากับ 45.00 และค่าเฉลี่ยคะแนนลดลงจากระยะหลังการทดลองเท่ากับ 8.90 คู่สมรสในกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการปรึกษามีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสในระยะก่อนการทดลองเป็น 91.85 ระยะหลังการทดลองเป็น 95.90 ซึ่งลดลงจากค่าเฉลี่ยคะแนน ระยะก่อนการทดลองเท่ากับ 4.05 ส่วนระยะติดตามผลค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส เป็น 95.55 ซึ่งค่าเฉลี่ยคะแนนเพิ่มขึ้นจากระยะก่อนการทดลองเท่ากับ 3.70 และค่าเฉลี่ยคะแนนลดลงจากระยะหลังการทดลองเท่ากับ 0.35

ภาพที่ 3

แผนภูมิค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล



จากภาพที่ 3 พบว่า เมื่อค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ระยะก่อนทดลอง กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 88.50 กลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 91.85 โดยกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มควบคุมเท่ากับ 3.35 ซึ่งพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญสำหรับกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อน การทดลอง ส่วนระยะหลังการทดลอง กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 142.40 กลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 95.90 โดยกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุมเท่ากับ 46.50 และระยะติดตามผล กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 133.5 กลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 95.55 โดยกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุมเท่ากับ 37.95

ตอนที่ 2 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของผลหลัก ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนเฉลี่ยคุณภาพชีวิตสมรสระหว่างวิธีการทดลองและระยะเวลาของการทดลอง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ระหว่างวิธีการทดลองกับระยะเวลาการทดลอง ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการละเมิดข้อตกลงเบื้องต้นของ Mauchly's Test of Sphericity ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ระหว่างวิธีการทดลองกับระยะเวลาการทดลอง

Source of variation	df	SS	MS	F	p
Between subject	19	11084.184			
Group (G)	1	10962.017	10962.017	161.316*	.000
SS w/in group	18	1223.167	67.954		
Within Subjects	40	18699.166			
Interval	2	9692.425	4846.213	91.804*	.000
IxG	2	7106.358	3553.179	67.310*	.000
IxSS w/in Group	36	1900.383	52.788		
Total	59	29783.35			

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทดลองกับระยะเวลาของการทดลอง (IxG) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า วิธีการทดลองกับระยะเวลาการทดลองส่งผลร่วมกันต่อคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส นอกจากนี้ยังพบว่า วิธีการทดลองที่แตกต่างกัน (G) และระยะเวลาการทดลองที่แตกต่างกัน (I) มีผลต่อคะแนนเฉลี่ยคุณภาพชีวิตสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส เป็นรายคู่ ระหว่างระยะหลังการทดลองกับระยะก่อนการทดลอง ระยะติดตามผลกับระยะก่อนการทดลอง และระยะติดตามผลกับระยะหลังการทดลอง

ตารางที่ 3

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น
เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ นิวแมน - คูลส์ (Newman-Keuls Procedure)

$\bar{X}$	ระยะก่อนการทดลอง	ระยะติดตามผล	ระยะหลังการทดลอง
	88.5	133.5	142.4
88.5	-	45.00*	53.90*
133.5	-	-	-
142.4	-	-	8.9
r		2	3
$q_{.95} (r,18)$		2.97	3.61
$q_{.95} (r,18) \sqrt{\frac{MS_{error}}{n}}$		6.67	8.10

*p < .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ของกลุ่มทดลองที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2 คู่ คือ 1) คะแนนเฉลี่ยในระยะหลังการทดลองสูงกว่าระยะก่อนทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) คะแนนเฉลี่ยในระยะติดตามผลสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรส ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสที่ได้รับการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นในระยะหลัง การทดลองและระยะติดตามผลสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และไม่พบความแตกต่างในระยะติดตามผล และระยะหลังการทดลอง

6. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า คู่สมรสที่ได้รับการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผลหลังทำการยุติการให้ การปรึกษาไปแล้ว 2 สัปดาห์สูงกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับ การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น ซึ่งคู่สมรสที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสต่ำนั้นมีภาวะขาดองค์ประกอบเหล่านี้ คือ การชื่นชมคุณค่าของคู่สมรส การมีเวลาอยู่ร่วมกัน การเต็มใจร่วมทุกข์ร่วมสุขกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การยึดหลักศาสนาในการดำเนินชีวิต และการมีสมรรถนะ

ในการจัดการกับวิกฤติการณ์ระหว่างคู่สมรสอย่างสร้างสรรค์ ตามแนวคิดของ Stinnett and DeFrain (1985) จึงทำให้คู่สมรสมีแนวทางในการคิด การแสดงออกทางพฤติกรรมต่อกันอย่างไม่เหมาะสม ไม่มีเหตุผล ยึดมั่นในเหตุผลของตนเองเป็นหลัก และไม่ยอมรับในพฤติกรรมที่ตนเองแสดงออกมา รวมทั้งไม่พิจารณาถึงข้อดี ข้อเสียต่าง ๆ ที่จะตามมาหลังแสดงพฤติกรรมต่อกันอย่างไม่เหมาะสม จึงส่งผลให้การใช้ชีวิตคู่ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสด้วยการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางอกระยะสั้นนั้นช่วยให้คู่สมรสมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตสมรสในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผลหลังทำการยุติการให้การปรึกษาไปแล้ว 2 สัปดาห์สูงกว่าคะแนนในระยะก่อนการทดลอง

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การปรึกษาทฤษฎีเน้นทางอกระยะสั้น สามารถที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตสมรสในด้านต่างๆได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละครอบครัว หากคู่สมรสมีพัฒนาการด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ของตนเองได้แล้ว สามารถที่จะต่อยอดไปสู่ความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับครอบครัวได้ โดยแบบวัดคุณภาพชีวิตสมรสฉบับนี้ เป็นแบบวัดที่สร้างขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง หากมีผู้ที่สนใจจะนำแบบวัดไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ควรมีการปรับข้อคำถาม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างนั้น ๆ ด้วย

2) สำหรับผู้ที่สนใจนำโปรแกรมการปรึกษาทฤษฎีเน้นทางอกระยะสั้นไปใช้ ควรมีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการให้การปรึกษา มีการศึกษาสภาพการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ศึกษาหลักการ แนวคิด กระบวนการ และเทคนิคต่าง ๆ ของทฤษฎี รวมทั้งฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงานนั้น ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) จากการทำวิจัยครั้งนี้ พบว่า คู่สมรสแต่ละคู่ประสบปัญหาแต่ละด้านแตกต่างกันไป ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเป็นรายด้าน เน้นในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ โดยจัดทำโปรแกรมการปรึกษาเฉพาะด้าน เช่น ด้านการสื่อสารสำหรับกลุ่มของคู่สมรสที่มีการสื่อสารระหว่างกันที่ขาดประสิทธิภาพ เป็นต้น

2) ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นของคุณภาพชีวิตสมรสในส่วนของการมีบุตร ที่ส่งผลให้เกิดปัญหาสัมพันธภาพสมาชิกในครอบครัว

เอกสารอ้างอิง

- งามตา วานิชานนท์ และ คณะ. (2545). การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุของคุณภาพชีวิตสมรสในครอบครัวไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ*, 7(1), 79-110.
- เพ็ญภา กลุณภอดล. (2562). *การปรึกษาครอบครัว (FAMILY counseling)*. เนติกุลการพิมพ์.
- มัลลิกา สมสกุล. (2543). *คุณภาพชีวิตสมรส : ศึกษากรณีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตสมรสของข้าราชการสำนักงานประมาณ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลดาวลย์ สำแดง. (2550). *คุณภาพชีวิตสมรสของคู่สมรสในเขตตำบลทุ่งหลวง อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Stinnett, N. & DeFrain, J. (1985). *Secrets of Strong Families*. Little Brown, Boston.

การศึกษาและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบคูกักังเวเคชั่นในประเทศไทย THE MODEL OF LEARNING AND DEVELOPMENT IN TOURISM GASTRONOMY ABOUT COOKING VACATION IN THAILAND

กฤษฎา จตุรภัทร์¹ พรวัน แพทยานนท์² และ ปิลันณ์ ปุณณพระภา³

Kritchaya Chaturaphat, Porawan Pattayanon and Pilan Poonyaprapha

Article History

Received: 10-06-2022; Revised: 15-07-2022; Accepted: 21-07-2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษา และ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบ คูกักังเวเคชั่น ใน ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อนำผลสรุปของการวิจัย ไปปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรที่เหมาะสมกับแผนการตลาดธุรกิจบริการอาหารแบบ คูกักังเวเคชั่น โดยใช้ แบบสอบถามออนไลน์ และ การสัมภาษณ์เชิงลึกออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนาแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

ขั้นตอนที่หนึ่งผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อวางแผนพัฒนาธุรกิจบริการ จากกรณีศึกษา คูกักังเวเคชั่น ใน ประเทศ ญี่ปุ่น สเปน และ ไทย ทราบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สนใจ ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยมีพนักงานคอยดูแลและสื่อสารให้ เข้าใจง่ายขั้นตอนที่สองผู้วิจัยได้สอบถามบุคคลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ต่างประเทศ อายุ 22 - 45 ปี ผลพบว่า มีผู้ทำ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงประกอบอาชีพ ลูกจ้างเอกชนพนักงานบริษัท มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท โดยมีกระบวนการสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอนได้แก่ 1) วิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย 2) ระยะเวลาในการร่วมกิจกรรม 3) การเพิ่มคุณค่าทางสังคม 4) ความเหมาะสมทางการสื่อสาร 5) ความเหมาะสมในการจัดการพื้นที่ร้านขั้นตอนที่สามผู้วิจัยได้ สอบถามผู้เชี่ยวชาญจึงพบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกร้านอาหารเพื่อการรีวิว และ ด้านความคาดหวังต่อการบริการ ความ พร้อมสถานที่ และ การจัดสรรเวลาในการร่วมกิจกรรม ขั้นตอนสี่ผู้วิจัยได้วางแผนพัฒนาธุรกิจโดยแบ่งออกเป็นสองส่วนคือส่วน ที่ (1) การออกแบบโมเดลธุรกิจ ส่วนที่ (2) การ ออกแบบแบรนด์ไลน์ ขั้นตอนห้าผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาและการออกแบบ

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา การออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Master of Arts Program in Design for Business, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

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

²⁻³ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

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

ในขั้นตอนที่สี่มาขอคำแนะนำจากเชี่ยวชาญประเมินคุณภาพจำนวน 3 ท่าน พบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านมีความเห็นตรงกันกับแผน Business Model และ Business Guidelines

คำสำคัญ : คุณกิจเวเคชั่น; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; แผนพัฒนารูรกิจบริการ

ABSTRACT

The objective of this research is to study and upgrade tourism gastronomy (cooking vacation) in Thailand in order to analyse affecting factors on effective capital management. The results obtained were then used for the development of strategies most suitable for cooking vacation and food service business marketing plans using an online questionnaire and in-depth online interviews. In this research, the research was divided into six steps.

The results of the research found that:

to study and collect information, and to create business development plans. Furthermore, case studies in Japan, Spain and Thailand found that the most important factor that attracted tourists to use the cooking vacation services included the uniqueness of the local area. The second step, Thai and foreign tourists were interviewed and it was found that they were aged 22-45, female, worked in the private sector and had a salary between 15,001-25,000 Baht per month. There were five processes that affected consumer decision-making, as follows: (1) target audience; (2) the duration of participation in an activity; (3) social value; (4) communication suitability skills; and (5) managing the store area. In the third step, three experts were interviewed and it was found that there were motivating factors for choosing restaurants for reviews which were generally on services. In the fourth step, the results were divided into two parts: (1) business model canvas; and (2) brand guidelines design. In the fifth step, three experts agreed with the business model and guidelines.

Keywords: Cooking Vacation; Tourism gastronomy; Business development plans

1. บทนำ

เนื่องจากสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน เติบโตขึ้นเป็นจำนวนมากจึง ส่งผลให้มีประชากรจำนวนมากในประเทศไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความต้องการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากข้อมูลจากการสำรวจประเภทของการท่องเที่ยวUNWTO จะกำหนดได้ 3 ประเภท ดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจ (UNWTO, 2012) ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวทั้งสามประเภทได้รับความนิยมอย่างมากจึงส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเติบโตขึ้นเช่นกัน เพราะอาหารเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวและทางภาครัฐได้มีนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารนับเป็นศักยภาพที่มีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ได้รับความนิยมมากขึ้น

ในการดำเนินงานโครงการการทำคู่มือร้านอาหาร The Michelin Guide Thailand โดยมีระยะเวลา 5 ปี พ.ศ. 2560-2565 เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งจะเป็นโครงการที่มีศักยภาพที่ทำให้ร้านอาหารไทยและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทาง นอกจากนี้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดงานประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปีพ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากข้อมูลของรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว Tourism Economic Review (พรรณี สวนเพลง และ คณะ, 2559) พบว่า ในปีพ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 456,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหมด

จากข้อมูลข้างต้น จึงทำให้มองเห็นแนวโน้มในการแข่งขันธุรกิจเชิงอาหาร ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ระบุประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้ 1) Food Tours เป็นรูปแบบของการทำแพ็คเกจทัวร์ให้นักท่องเที่ยวเลือก 2) Food Festival หรือ เทศกาลอาหาร และ 3) Cooking Vacation คือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการทำอาหารของแต่ละท้องถิ่น โดย 2 ประเภทแรกเป็นที่นิยมในประเทศไทย และมีแบบแผนในการท่องเที่ยวที่ชัดเจน แต่การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเภท Cooking Vacation ยังไม่มีแบบแผนที่ชัดเจนในประเทศไทย ซึ่งสำหรับบางประเทศได้มีความให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประเภท Cooking Vacation เป็นอย่างดีเพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และ เอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมถึงเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำและลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2017) และ จากข้อมูลของ บริษัท แบรนดบุฟเฟต์ จำกัด ได้กล่าวไว้ว่าผู้บริโภคไม่ได้มีความสนใจที่จะเลือกทานอาหารด้วยปัจจัยความอร่อยของอาหารอย่างเดียว แต่กลับสนใจเรื่องของประสบการณ์ในการรับประทานอาหารและบริการที่ดีมาเป็นอันดับแรกถ้าหากมองในมุมมองผู้ประกอบการถ้าหากต้องการตอบโจทย์ปัจจัยในการเลือกรับประทานอาหาร การทำธุรกิจอาหารที่มีแนวโน้มเติบโตได้ในอนาคตจึงเป็นการขายประสบการณ์ที่มากกว่ารสชาติให้แก่ผู้บริโภค (บริษัท แบรนดบุฟเฟต์ จำกัด, 2562)

ดังนั้นผู้วิจัย จึงทำการศึกษาเรื่องการศึกษา และ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบ Cooking Vacation เพื่อนำผลไปใช้ ในการพัฒนาธุรกิจทาง ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบ Cooking Vacation เพื่อสร้างความเข้าใจผู้บริโภค สร้างผลกำไรให้เพิ่มมากขึ้น ตลอดไปจนถึงสร้างความอยู่รอดในธุรกิจ และ นำผลข้อมูลการวิจัยนี้ไปใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินการธุรกิจได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อนำผลสรุปของการวิจัย ไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับแผนการตลาดธุรกิจบริการอาหารแบบคูกิ้งเวเคชั่น

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า การให้บริการคือการได้อำนวยความสะดวกช่วยเหลือหรือตอบสนองความต้องการแก่บุคคลอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น (Kotler & Keller, 2006) กล่าวว่สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในสร้างคุณภาพระดับของการให้บริการให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพที่อยู่เหนือความคาดหวัง หากมากกว่าที่ผู้รับบริการ ได้รับประสบการณ์ การให้บริการที่เหนือกว่าสิ่งที่ตนคาดหวังไว้ ก็จะมี การกระจายข่าวแบบปากต่อปาก ซึ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

แนวคิดกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจและวัฒนาการของการคิดเชิงออกแบบ (Brown Tim, 2008) ได้สร้างแนวคิดเรื่องการคิดเชิงนักออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งเป็นแนวคิดยุคแรกเริ่มของการผสมผสานการคิดเชิงออกแบบกับการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยกระบวนการ Design Thinking นี้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนได้แก่ 1. Empathize การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย 2. Define การระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขโดยการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง 3. Ideate ระดมสมองเสนอ Solution ในการจัดการหรือการออกแบบ 4. Prototype สร้างหุ่นจำลองหรือเขียนแผนการในกรณีเป็นงานบริการ 5. Test นำไปทดสอบ และนำข้อเสียมาปรับปรุง

แนวคิดเรื่องการออกแบบ Brand Guide lines คือรูปแบบการให้ข้อมูลในเชิงการสร้างอัตลักษณ์และคุณค่าของแบรนด์ โดยผ่านการกำหนดข้อมูลอย่างละเอียดเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบของแบรนด์และกฎเกณฑ์ต่างๆเกี่ยวกับแบรนด์ เพื่อให้สะดวกต่อการนำไปใช้งานต่อโดยนำเสนอผ่านรูปแบบตัวอย่างสามารถเรียกได้อีกชื่อว่า brand book , brand bible หรือ style guide (Andrys, 2019) ได้อธิบายว่า brand guide line นั้นเป็นเหมือนคู่มือสำหรับการใช้งานและการสื่อสารแบรนด์ ซึ่งเอกสารชุดนี้จะช่วยควบคุมการสื่อสารทั้งภายในองค์กร และ ภายนอกองค์กรได้เป็นรูปแบบเดียวกัน รวมถึงการออกแบบการตลาดและการออกแบบสื่อโฆษณา ซึ่งเหมาะสมกับผู้ประกอบการที่ต้องการควบคุมภาพรวมหรือต้องการรายละเอียดในการทำแบรนด์และดำเนินกิจการเป็นอย่างมาก ซึ่งการทำ Brand Guideline ควรประกอบด้วยข้อมูลของแบรนด์ดังนี้ 1) โลโก้ หรือ เครื่องหมายทางการค้าแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ทางการสื่อสารทั้งหมดเพื่อให้เป็นตัวแทนให้คนเกิดความรับรู้ในแบรนด์ 2) สี การใช้สีจะส่งผลถึงการรับรู้ ของแบรนด์ได้เป็นอย่างดีและเกิดการรับรู้ต่อความรู้สึกได้อย่างมากซึ่งสีจะสามารถทำให้การออกแบบโดยรวมส่งผลไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด 3) การจัดวางองค์ประกอบและการออกแบบตัวอักษร (Typography) การเลือก รูปแบบฟอนต์ที่เป็นเอกลักษณ์ 4) รูปภาพ (Image) ประกอบด้วย ประเภทของรูปภาพ ตำแหน่งการจัดวางรูปภาพ และ คุณภาพของรูปภาพในการใช้งาน และ 5) การสื่อสารแบรนด์ (Integrated Brand Communication) การสื่อสารแบบบูรณาการจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์

แนวคิดเรื่องพื้นฐานของการเลือกร้านอาหาร เลือกร้านอาหารที่มี Theme Concept (Lorri Mealey, 2019) กล่าวว่าโดยพื้นฐานการศึกษาประกอบด้วย 4 หัวข้อดังนี้ 1) ศึกษาคู่แข่ง และวิเคราะห์ว่าธุรกิจของคุณ มีความ แตกต่างอย่างไรมีจุดเด่นใดในธุรกิจและหา เหตุผลเพิ่มเติมว่าเพราะเหตุใดผู้บริโภคถึงจะมา ใช้บริการร้านอาหารของคุณจากนั้นจะพบแนวคิด ทางธุรกิจที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน และเสริม สร้างความถาวรให้ธุรกิจ 2) ศึกษา เทรนด์และแนวโน้ม ความนิยมของอาหารในปัจจุบันอาหารถือเป็นแฟชั่น อย่างหนึ่งเพราะสามารถเปลี่ยนความนิยม ได้ภายในชั่วข้ามคืนการศึกษาแนวโน้มความนิยมของอาหารจะช่วยให้ดูความสนใจได้ 3) พัฒนาการด้านการออกแบบเพราะการออกแบบคือโอกาส แรกในการ แสดงให้เห็นถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับ แบรนด์ 4) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าทุกอย่างอยู่ในทิศทางเดียวกัน สิ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบ ผลสำเร็จมากที่สุด คือผลรวมของแต่ละส่วนที่ส่งผลไป ในทิศทางเดียวกันเมื่อแบรนด์สามารถมองหาจุดที่เป็นเอกลักษณ์ได้จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายมากขึ้น

การศึกษาเทรนด์ผู้บริโภคเชิงอาหาร (Gene- ration Yum) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2017) กล่าวว่าจากการศึกษาแสดงให้เห็นถึงเทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันเนื่องจากเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ หรือเรียกว่าเจนเอเรชันวาย หรือมิลเลนเนียล ซึ่งเป็นกลุ่มที่แสดงตัวตนผ่านไลฟ์สไตล์แบบใหม่หลากหลายด้านและด้านที่ได้รับความนิยมในการแสดงออกมากที่สุดคือไลฟ์สไตล์ด้านอาหารกล่าวโดยสรุปว่า คนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการรับประทานอาหารเป็นอย่างมากการนำเสนอร้านอาหารที่เหมาะสมให้กับคนยุคมิลเลนเนียลจึงถือเป็นสิ่งสำคัญในการปรับตัวและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายในการเติบโตมากยิ่งขึ้น

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการวิจัย และ เอกสารที่เกี่ยวข้องรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และ ศึกษาด้านการสร้างแบรนด์ และ การทำแบรนด์ Guideline ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 ชุด โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 50 ชุด คือกลุ่มประชากรหญิงและชายอายุ 22-45 ปี ที่อาศัยในประเทศไทย ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดย มี จำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 35,591,968 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) และอ้างอิงจากจำนวนประชากรสถิติประชากรไทยที่เป็น กลุ่มการใช้จ่ายมากที่สุด ในแอปพลิเคชัน ชิมช้อป ใช้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 22 - 45 ปีที่บุคคลทั่วไปที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดย มีจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 125,471,265 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) รวมจำนวน 100 คน และผู้วิจัยได้ทำการขอคำแนะนำเพิ่มเติมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จากผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ ด้านอาหาร และ ด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวน 3 ท่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เพื่อศึกษานั้นคัดเลือกโดยการ เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ติดตามในโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ก) เกิน 500,000 คน เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญและมีปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และ การเลือกรับประทานอาหารในการท่องเที่ยว เป็นอย่างมาก แบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจและการท่องเที่ยว 1 ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ในการศึกษาและประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว 1 ท่าน รวมจำนวน 3 ท่าน

5. ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาและเก็บข้อมูลออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล เพื่อวางแผนพัฒนาธุรกิจบริการแบบ Cooking Vacation ในประเทศไทยเพื่อวัดความพึงพอใจ จากกรณีศึกษา Cooking Vacation ในประเทศ ญี่ปุ่น ประเทศ สเปน และ ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Cooking Vacation คือ ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ หรือ การนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ที่ชัดเจน โดยมีการเรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารมีพนักงานคอยดูแลและสื่อสารได้หลากหลายภาษา มีการบริการที่ดีและเป็นมิตร สามารถทำให้ผู้เรียนหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจได้ง่ายมีระยะเวลาในการเรียนที่เหมาะสม มีเมนูไม่เยิ่นเย้อ แต่ตอบโจทย์ความต้องการในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้เข้าถึงความเป็นท้องถิ่นและวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหารในการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติอธิบายข้อมูลทั่วไป และ ใช้ใช้ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายระดับปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหารในการท่องเที่ยว และ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหารในการท่องเที่ยว พบว่า (บุคคลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ต่างประเทศ) อายุ 22 - 45 ปี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและพบว่าจากการสำรวจข้อมูลแบบสอบถามส่วนบุคคลพบว่ามีผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 อายุ 22-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 72 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 84 ประกอบอาชีพ ลูกจ้างเอกชนพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 54 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ปรากฏว่า มีการให้ระดับความ เห็นด้วยมากที่สุดดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าควรใช้เวลาไม่น้อยกว่า 1 ชม ในการทำกิจกรรมทำอาหาร 2) ควรมีการอาหารแปลกใหม่หลากหลาย 3) ควรมีพนักงานมีวาจาสุภาพ งามตอบในสิ่งที่ที่ติดขัดและสามารถเล่าที่มาที่ไปของอาหารที่จะทำได้ และ 4) ควรมีการจัดสถานที่ให้สวยงามและพบว่าความสำคัญในการเพิ่มคุณค่าทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือก รับประทานอาหารในการท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญ) ผู้วิจัยได้ทำการ ศึกษาและพบว่าด้านความคาดหวังต่อธุรกิจ มีความเห็นตรงกันว่า อยากให้มีความพร้อมทั้งสถานที่ พนักงาน การบริการ และการจัดสรรเวลาในกิจกรรมที่เหมาะสมการจัดร้านและการจัดเมนูอาหารให้ดูสวยงามเหมาะสมกับการถ่ายภาพ ควรมีรายการอาหารแปลกใหม่หลากหลาย และ ควรมีพนักงานมีวาจาสุภาพ ถามตอบในสิ่งที่ที่ติดขัดและสามารถเล่าที่มาที่ไปของอาหารที่จะทำได้ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรรับแค่จำนวนน้อยๆ เพื่อจะได้ใช้เวลาเรียนรู้ได้อย่างแท้จริง การจองในการท่องเที่ยวควรจองได้ง่าย ความสำคัญในการจัดเตรียมสถานที่ให้สวยงามสำคัญ และ ที่สำคัญคือการเดินทางที่ควรไปได้ง่าย

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวและต่างประเทศรวมถึงผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมา พัฒนาและออกแบบวางแผนพัฒนาธุรกิจบริการแบบ Cooking Vacation ที่ใกล้เคียงกับความต้องการของธุรกิจอาหารในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็นสองส่วนคือส่วนที่ 1 การออกแบบโมเดลธุรกิจ ดังภาพที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

Business Model Canvas ของธุรกิจคูกักังเวเคชั่น

Key partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ ธุรกิจบริการความปลอดภัย ธุรกิจการเงินและธนาคาร ธุรกิจการขนส่งและการบริการ	การสร้างโปรโมชันทางการตลาดให้กับลูกค้า การเชื่อมวัตถุดิบและการเตรียมชุดเมนูอาหารต่างๆ การตกแต่งร้าน และ การปรับปรุงพื้นที่ร้าน การหาเมนูอาหารจากบ้านดังและเชฟชื่อดัง	การสร้างกิจกรรมใหม่ การลดความเครียด และได้ทำกิจกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ ได้ความรู้รักในการทำอาหารด้วยตนเอง เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่	สร้างช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อติดต่อและพูดคุยกับลูกค้า การเล่นกิจกรรมกับลูกค้าอยู่เสมอหรือการสะสมคะแนน การนำเสนอและแจ้งข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องการได้ทราบข้อมูล	กลุ่มเพื่อน ผู้รัก และ ครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ กลุ่มลูกค้าที่เป็นมือใหม่อยากทำอาหาร กลุ่มลูกค้าที่สนใจการเรียนรู้การทำอาหารตามประวัติศาสตร์หรือสนใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น กลุ่มลูกค้าที่ชอบทำอะไรใหม่ๆ และหากิจกรรมที่น่าสนใจทำอยู่ตลอดเวลา
Key Resources		ได้รับประวัติของเมนูอาหารและวัตถุดิบ ใหม่ที่ไม่ได้ในครัวประจำวัน ไม่ต้องทำอาหารเองก็สามารถเพลิดเพลินกับอาหารด้วยตนเองได้	Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		
ค่าเช่าบ้านเช่า รายเดือน หรือรายปี		รายได้จากค่าที่พักอาศัย ที่ลูกค้าให้เพิ่มจากค่าบริการ		
ค่าทำเว็บไซต์ และ การออกแบบสื่อออนไลน์		รายได้จากการเลือกทำเมนูอาหารเพิ่มเติมจากแพคเกจหลัก การขายสินค้าหรือของชำร่วยกลับบ้าน		
ค่าเงินเดือนพนักงาน		รายได้จากการทำกิจกรรมเพิ่มเติม		

การออกแบบโมเดลธุรกิจทางผู้วิจัยได้เลือกใช้ Business Model Canvas มาเป็นแบบในการวิเคราะห์ธุรกิจ เนื่องจากช่วยอธิบายรายละเอียดของธุรกิจได้ง่ายมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ ส่วนที่ 2 การออกแบบแบรนด์ไลน์ ช่วยอธิบายรายละเอียดของธุรกิจได้ง่ายมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ สามารถทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจได้ง่าย และ นำไปใช้ประกอบธุรกิจได้เลยผู้วิจัยได้มีการออกแบบตัวอย่างในการออกแบบมาเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้เพื่อต่อยอดให้ผู้ประกอบการเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้นโดยผู้วิจัยได้ออกแบบภายใต้แบรนด์ตัวอย่าง Tranquility Garden บ้านสวนสบายใจ เพื่อมาประกอบภาพให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือพัฒนาต่อเป็นการตรวจสอบในธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจนและเข้าใจได้โดยง่าย 1 รูปแบบ 1 กรณี ได้ดังนี้

ภาพที่ 1

แสดงถึงตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



1. โลโก้หรือเครื่องหมายทางการค้า ที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ทางการสื่อสารทั้งหมดเพื่อให้เป็นตัวแทนให้คนเกิดความรับรู้ในแบรนด์โดยจะมีการนำเสนอออกมาเป็นภาพเชิงกราฟิกหรือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกชื่อแบรนด์และการจดจำแบรนด์ซึ่งมักจะนิยมวางลงบนพื้นขาวหรือพื้นสีการจัดทำข้อมูลของการนำไปใช้โลโก้นั้นทำให้สามารถควบคุมภาพลักษณ์ของแบรนด์ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2

แสดงถึงตัวอย่างการออกแบบตราสินค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



2. สี การใช้สีจะส่งผลถึงการรับรู้ของแบรนด์ได้เป็นอย่างดีและเกิดการรับรู้ต่อความรู้สึกได้อย่างมากซึ่งสีจะสามารถทำให้การออกแบบโดยรวมส่งผลไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด

3. การจัดวางองค์ประกอบและการออกแบบตัวอักษร (Typography) จะแสดงถึงตัวตนของแบรนด์ซึ่งหลักการของการจัดวางจะส่งผลถึงการใช้ร่วมกับรูปแบบและวัตถุประสงค์ในการใช้จึงควรมีการเลือกรูปแบบฟอนต์ที่เป็นเอกลักษณ์ รายละเอียดภาพที่ 3

ภาพที่ 3

การจัดวางองค์ประกอบและการออกแบบตัวอักษร (Typography) ซึ่งมีการระบุการใช้อักษรไทยและอังกฤษชัดเจนสำหรับกำหนดการใช้ผลิตภัณฑ์



4. รูปภาพ (Image) ข้อมูลที่ต้องประกอบด้วย ประเภทของรูปภาพ ตำแหน่งการจัดวางรูปภาพ และ คุณภาพของรูปภาพในการใช้งานซึ่งสิ่งเหล่านี้จะประกอบรวมอยู่ในหลักการการใช้รูปภาพคู่มือสำหรับการใช้งานและการสื่อสารแบรนด์ การใช้รูปภาพนั้นถือเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้างการรับรู้กับแบรนด์ สร้างความประทับใจ การใช้สื่อโดยเฉพาะรูปภาพจึงควรมีข้อกำหนดในการใช้และสื่อสารเป็นอย่างมากเพราะสามารถส่งผลถึงการรับรู้และความเข้าใจได้ทันทีโดยตรงรายละเอียดดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4

แสดงถึงหลักการใช้รูปภาพที่แสดงถึงตัวตนและเอกลักษณ์ของแบรนด์ในทิศทางเดียวกัน



5. การสื่อสารแบรนด์ (Integrated Brand Communication) การสื่อสารแบบบูรณาการจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ได้และส่งผลถึงการสื่อสารจะช่วยให้มองเห็นภาพรวมในการออกแบบแบรนด์ได้ชัดเจนขึ้น เช่น ของใช้พนักงาน เสื้อพนักงาน ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5

แสดงถึงการออกแบบเครื่องแบบของพนักงานโดยมีการใส่ตราสินค้าเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของธุรกิจ



ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำผลการออกแบบที่ได้จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบ คำถามปลายเปิด (Open ended questions) ผ่านช่องทาง Zoom เพื่อตรวจสอบและยืนยันข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปปฏิบัติตามได้จริงมากที่สุดเพื่อนำมาประมวลผลเป็นข้อสรุป ดังนี้ 1. ความสำคัญ ควรให้ความสำคัญกับร้านอาหารที่มีเมนูแปลกใหม่ ทหารายได้จากการที่ถูกค้าใช้เวลาอยู่ในร้านแทนการใช้ระยะเวลาสั้น เช่น บริการทำ Content ให้กับลูกค้า ควรจัดเวลาให้เหมาะสมไม่ควรเกินสองชั่วโมงและมีกิจกรรมกระตุ้นน่าสนใจ สื่อประชาสัมพันธ์ควรจะให้เข้าใจง่าย และมีหน้าตาสวยงาม 2. ปัญหา วิธีแก้ไข หากทำได้ีอาจจะมีการทำคล้ายกันได้ในอนาคตควรเน้นเอกลักษณ์ของตัวสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ต้องสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกับการทำอาหารกินเองที่บ้าน หาอุปกรณ์ต่างๆ ให้ลูกค้ารู้สึกสนุก แปลกใหม่ กับการทำอาหารและได้ความสุขมากกว่าทำที่บ้าน ที่มากกว่าความอึดท้องและความรู้

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อ การศึกษา และ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ คูกิ่งवेเคชั่น ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลในแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูล เพื่อวางแผนธุรกิจบริการแบบ Cooking Vacation ในประเทศไทยเพื่อวัดความพึงพอใจจากกรณีศึกษา Cooking Vacation ในประเทศญี่ปุ่น ประเทศสเปน และ ประเทศไทย เพื่อศึกษาความชื่นชอบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าซึ่งจากกรณีศึกษามีลักษณะเห็นส่วนใหญ่ตรงกันในเรื่องของการใช้เซฟผู้มีชื่อเสียงหรือเซฟท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญในการสอนซึ่งได้สอดคล้องกับเอกสารและงานวิจัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2017b) การนำเซฟเทเบิล ผู้เชี่ยวชาญพิเศษมาสอนเพื่อสร้างเรื่องราวและประสบการณ์ในการทานอาหารได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษและสร้างการเจริญเติบโตทางธุรกิจได้จากการศึกษาพบว่าชั้นเรียนทำขนมช่วยเพิ่มความมั่นใจและเพิ่มสมาธิได้ ผู้วิจัยได้ศึกษาศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหาร ในการท่องเที่ยว (บุคคลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ต่างประเทศ) อายุ 22-45 ปี พบว่ากลุ่ม Millennial คือ กลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 18-34 ปี ที่มีอำนาจการใช้จ่าย สูงสุดในทุกวันนี้ภายใน ปี 2018 ธุรกิจต่างๆ ต่างถูกบังคับให้ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ครั้งใหญ่ในพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยควรมีการนำเสนอโซเชี่ยลมีเดียเข้ามา ร่วมพัฒนาธุรกิจเป็นองค์ประกอบ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหาร ในการท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน) ได้สอดคล้องกับเอกสารและงานวิจัย รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Erik Cohen (1979) และ ลักษณะผู้บริโภคกับการบริโภคอาหาร Athena H.N. Mak et al. (2012) โดย Erik Cohen (1979) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยว ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของนักท่องเที่ยว และสามารถช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆได้ รวมถึงการให้บริการเพื่อความสะดวกสบายทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูล เพื่อวางแผนพัฒนาธุรกิจบริการแบบ Cooking Vacation ซึ่งการพัฒนาและออกแบบแบรนด์ไกด์ไลน์นั้นได้สอดคล้องกับเอกสารงาน วิจัยของ(Andrys, 2019) ที่ได้อธิบายว่า brand guideline นั้นเป็นเหมือนคู่มือสำหรับการใช้งานและการสื่อสารแบรนด์ คือ องค์ ประกอบสำคัญของ ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ที่ทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมของตราสินค้ามีตัวตนมากขึ้นผู้วิจัยได้มีการ ออกแบบสภาพแวดล้อมโดยรวมและพบว่าสอดคล้องกับเอกสารและงานวิจัย (Herz & Engen, 1996) ได้กล่าวว่าระบบประสาทที่ มีการใช้มากที่สุดคือการมองเห็นเพราะสามารถกระตุ้นโดยสภาพแวดล้อมได้มากที่สุดถึง 80% โดยมนุษย์ใช้เวลาเพียง 0.45 วินาที ในการตรวจจับการมองเห็นเพราะเหตุนี้การออกแบบจึงมีความสำคัญและมีปัจจัยสำคัญเป็นอย่างมากผู้วิจัยได้สอบถามผู้ เชี่ยวชาญ ประเมินคุณภาพแบ่งเป็น ผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจและการท่องเที่ยว และ ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน อีกครั้งพบว่า ความเห็นตรงกันในเรื่องของเอกลักษณ์ของร้านอาหารซึ่งสอดคล้องกับเอกสารและงานวิจัย (การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2017b) ว่าปรุงสูตรอาหารที่เป็นสูตรเฉพาะของทางร้านหรือภายในท้องถิ่น จะส่งผลต่อการเจริญเติบโต ทางธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้

โดยผู้วิจัยสามารถสรุปการอภิปรายผลการวิจัยนี้โดยพบว่าแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบริการแบบ Cooking Vacation ดังนี้ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ คือ ความสำคัญด้านเวลาที่ผู้บริโภคต้องการได้จากธุรกิจ คือ ผู้บริโภคสนใจการร่วมกิจกรรมในเวลาไม่ เกินจำนวน 2 ชั่วโมง โดยมีความต้องการอยากทราบเรื่องราวและประวัติของเมนูเพิ่มเติมเพื่อเข้าใจวัฒนธรรมในพื้นที่ และ ต้องการ การได้รับคำแนะนำตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ ไปจนถึง การบริการจากผู้ดูแลที่เชี่ยวชาญรายการอาหารแปลกใหม่หลากหลายตรงกับ ความชอบและมีความต้องการส่วนบุคคล และ เมนูที่มีความพิเศษ รองลงมาคือ การใช้ผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์มารีวิวจะทำให้ภาพ ลักษณะ ของธุรกิจและผู้บริโภคมีมาตรฐานมากขึ้น และ การทำร้านหรือสร้างแบรนด์ให้ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการและดูเป็นคนทันสมัย หรือ มีภาพลักษณ์ในเชิงบวกมากขึ้น การได้รับบริการที่ดีจากพนักงานเป็นสำคัญ รองลงมาคือการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจ ได้ง่าย และ ต่อมาคือ เมนูอาหารอ่านชัด ไม่รกตาชัดเจนการจัดร้านหรือสถานที่ที่สวยงาม มีภาพลักษณ์ที่ดี การจัดไฟในร้านให้เหมาะ สมต่อการถ่ายภาพ สถานที่และอุปกรณ์สวยงาม จะทำให้ผู้บริโภคสนใจอยากจะกลับมาใช้ซ้ำได้

7. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูลและออกแบบงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่าความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ผู้บริโภคต้องการเพิ่มเติมสามารถสรุปเป็นด้านต่างๆได้ดังนี้

อ้างอิงจากสถานการณ์แนวโน้มคนไทยในปัจจุบันและการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คนไทยมีพฤติกรรม การรับรู้ และ มีแนวโน้มใช้จ่ายเพื่อซื้อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการนัดพบเพื่อนและคนรู้จักตามร้านอาหารหรือร้าน กาแฟที่สวยงาม เพื่อถ่ายภาพและทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเป็นความทรงจำและ เก็บความทรงจำลงบนโลกออนไลน์โซเชี่ยลมีเดีย การ ท่องเที่ยวและรีวิวจึงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในประเทศไทยมีการเติบโตของแพลตฟอร์มเพจท่องเที่ยวอย่างไม่หยุดพักปัจจุบัน

ประชากรชาวไทยและชาวต่าง ชาติดีก็ให้ความคุ้นชินกับพฤติกรรมการรีวิวเป็นสำคัญอีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคมีความสนใจและต้องการหา กิจกรรมเพื่อสามารถใช้เวลากับเพื่อน ครอบครัว หรือคนรัก หรือพัฒนาทักษะเฉพาะตัวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสถานการณ์และความเครียด จากการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทำให้ประชากรมุ่งเน้น หากิจกรรมเพื่อคลายเครียดมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นตัวเลือกให้ผู้ บริโภคได้เลือกใช้บริการได้ แต่เนื่องจากในประเทศไทย จำนวนของร้านอาหารในการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีอยู่น้อย จึงมีช่องว่างทางส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างมาก การหาข้อแตกต่าง และ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจจึงมีส่วนสำคัญให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง อาหารมีความยั่งยืนและเติบโตมากขึ้นในอนาคตได้ แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด19 ที่เกิดขึ้นทางรัฐบาลจึงมีข้อจำกัดบางส่วนในธุรกิจ เช่นมาตรการฉุกเฉินที่ไม่สามารถนั่งทานอาหารได้ที่ร้าน การปรับตัวในอนาคตอาจเป็นการท่องเที่ยวแบบการทำอาหารออนไลน์ ด้วยการจองล่วงหน้าเพื่อทางผู้ประกอบการจัดส่งสินค้าวัตถุดิบไปให้ถึงบ้าน และ มีการเรียนผ่านออนไลน์จากเชฟดังหลากหลายประเทศ ด้วยประสบการณ์ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561, มกราคม-มิถุนายน). การท่องเที่ยวเชิงอาหารศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(1), 114. สืบค้นจาก apheit.bu.ac.th/journal/social-vol24-1/08_วิชาการ_เบญจมาภรณ์%20ชำนาญฉา.pdf
- ไทยรัฐออนไลน์. (2562). “ชิมช้อปใช้” เงินกำลังหมุนไป 8 วันใช้จ่ายสะพัดพันล้าน กรุงเทพฯซื้อสูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/business/1675605>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560 (Tourism Statistics 2017)*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=414&filename=index
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2017a). Food on the move. *TAT Review*, 3(1), 10-16.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2017b). Food on the move. *TAT Review*, 3(1), 28.
- บริษัท แบรินด์บุฟเฟต์ จำกัด. (2562). *ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหารช่วงนี้ยังน่าลงทุนอยู่หรือไม่? ร้านแบบไหนมาแรง*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2019/07/restaurant-business-overview-by-eic/>
- พรณี สอนเพลง และ คณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*, 4(2), 38-45.
- Andrys. (2019). *36 Great Brand Guidelines Examples*. http://old.seattletimes.com/html/business/technology/2018979469_microsoftreaxxml.html
- Athena H.N. Mak, Margaret Lumbers, Anita Eves, & Richard C.Y. Chang. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Brown Tim. (2008). Design Thinking. *Harvard business review*. 86(141), 84-92. Cisco. (2019). Brand Centre. (2019). Brand Centre. 2019. https://www.cisco.com/c/m/en_us/about/brand-center/copyrightuse/copyright-material-guidelines/interactive-brand-book.html#16
- Erik Cohen. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Herz, R.S., & Engen, T. (1996). Odor memory: Review and analysis. *Psychonomic Bulletin and Review*, 3(3), 300-313.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of marketing* (7th ed.). Prentice Hall International, London: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Lorri Mealey. (2019). *The Basics of Choosing a Restaurant Theme Concept*. <https://www.thebalancesmb.com/the-basics-of-choosing-a-restaurant-theme-2888693>

UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414819>

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21
ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1
THE RELATIONSHIP BETWEEN THE 21ST CENTURY STRATEGIC
LEADERSHIP OF SCHOOL ADMINISTRATORS AND THE EFFECTIVENESS
OF SCHOOL ADMINISTRATION UNDER CHANTHABURI PRIMARY
EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1

ศศิธร ยงยุทธ¹ และ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี²

Sasithorn Yongyut and Somsak Aeamkongsee

Article History

Received: 01-03-2022; Revised: 09-05-2022; Accepted: 17-06-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา ในการบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยครู จำนวน 297 คน รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
- 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

Master's degree, College of Management, University of Phayao, Email: sasithorn32246@gmail.com

*Corresponding author

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

Advisor, College of Management, University of Phayao

ศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์; ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21; ผู้บริหารสถานศึกษา; ประสิทธิภาพการบริหารงานสถานศึกษา

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study strategic leadership in the 21st century of school administrators. in the administration of educational institutions under Chanthaburi Primary Educational Service Area Office 1. 2) To study the effectiveness of school administration under Chanthaburi Primary Educational Service Area Office 1. 3) To study the relationship between strategic leadership in the 21st century of school administrators and the effectiveness of school administration under Chanthaburi Primary Educational Service Area Office 1. A random sample of teachers consisted of 297 people. Data were collected with questionnaires developed by the researcher. Data were analyzed by percentage, mean (X), standard deviation (S.D.), and Pearson's Product Moment Correlation.

The results of the research found that:

- (1). The results of the analysis of 21st century strategic leadership data of educational institution administrators Overall, it's at a high level.
- (2). The results of the data analysis on the effectiveness of the administration of the school administrators Overall, it's at a high level.
- (3). The Relationship between the 21st Century Strategic Leadership of School Administrators and The Effectiveness of School Administration under Chanthaburi Primary Educational Service Area Office 1, was a high level of positive correlation. statistically significant at the .01 level.

Keywords: Relationships; Strategic leadership in the 21st century; School administrators; The Effectiveness of School Administration

1. บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อต้องเผชิญหน้ากับปัญหาท้าทายต่างๆ ที่รออยู่ในอนาคตมนุษย์มองเห็นคุณค่าอันเกื้อหนุนต่อการศึกษาศึกษาเพื่อนำไปสู่การมีชีวิตที่ดีขึ้นในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นศตวรรษใหม่ในวงการศึกษาก้าวหน้าของเทคโนโลยีดังกล่าว ก่อให้เกิดปัญหาการเผชิญกับข้อมูลมหาศาลซึ่งไม่สามารถจัดการกับข้อมูลเหล่านั้น และใช้ข้อมูลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์ได้ การเปลี่ยนแปลงและปัญหาชุดใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพ จึงทำให้เกิดความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ใหม่ และทักษะชีวิตชุดใหม่ ทิศนา แหมมณี (2555) อีกทั้งปัจจุบันมนุษย์อยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ที่ไม่มีความแน่นอนทักษะเดิม ๆ ที่มนุษย์มีและใช้ได้ผลในโลกยุค ก่อน ๆ ไม่

สามารถใช้ได้ผลในยุคปัจจุบัน และอนาคตมนุษย์ต้องเรียนรู้ทักษะใหม่เพื่อความอยู่รอดในสังคม การที่จะพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวต้องอาศัยการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนจะต้องมีทักษะในการจัดการเรียนรู้ มีเจตคติต่อวิชาชีพที่ดี มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงโดยเฉพาะในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นทักษะแห่งอนาคตใหม่ที่ผู้บริหารสถานศึกษาควร มีทักษะ และคุณลักษณะที่รองรับเข้าถึงเพื่อสร้างนวัตกรรม วันทนา สิงห์นา (2560). การบริหารจัดการสถานศึกษา และการจัดการศึกษาแนวใหม่ ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์ที่ชาญฉลาดในการบริหารสถานศึกษา เช่น การบริหารงานบุคคล กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ (2554, อ้างถึงใน อรุณ ศรีระยับ และคณะ, 2565) กล่าวว่า เป็นงานที่มุ่งเลือกสรรคนเก่งที่มีทั้งความรู้ และความสามารถ (Talent) เข้ามาปฏิบัติงานและเมื่อได้คัดสรรให้บุคลากรเหล่านี้เข้ามาอยู่ในองค์กรแล้ว ก็ไม่ได้หยุดอยู่เพียงเท่านั้น หน่วยงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องดูแล ฝึกอบรมและพัฒนา ให้บุคลากรได้รับความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่ทันสมัย สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นพลังเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพ และพร้อมจะปฏิบัติงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถ สร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเวลาที่ต้องการ ประกอบด้วย กิจกรรมการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ กิจกรรมการวิเคราะห์งานและการออกแบบงานกิจกรรมการสรรหา กิจกรรมการคัดเลือก การพัฒนาบุคลากร และกิจกรรมที่ช่วยในการธำรงรักษานักงานให้คงอยู่กับองค์กร เป็นต้น ทั้งนี้สถานศึกษาจำเป็นต้องจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ช่วยให้นักเรียนเข้าใจสิ่งที่เรีน นามธรรมให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นเพื่อช่วยส่งเสริมให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในมโนคติที่ถูกต้อง (วันทนา สิงห์นา, 2560) ในอันที่จะ พัฒนาผู้เรียนที่เยาวชนในยุคใหม่ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สถานศึกษาเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญที่สุดที่จะทำหน้าที่สร้าง และพัฒนา “คน” ให้เป็น “มนุษย์” ที่มีคุณภาพสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขด้วยการพึ่งตนเอง ซึ่งเป็นความคาดหวังของสังคมที่มีต่อสถานศึกษา จึงเป็นผลให้สถานศึกษาต้องมีกระบวนการบริหารจัดการที่ทำให้ผู้เรียนมีคุณภาพสูงตามมาตรฐานการศึกษาที่กำหนด และให้ได้รับการพัฒนาในทุกด้าน ตามความสามารถที่จะจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนเป็นที่ยอมรับและสามารถเป็นแบบอย่างในด้าน “คุณภาพ” ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) จึงเป็นอีกมิติหนึ่งของภาวะผู้นำ ในปัจจุบันเพื่อเป็นกระจุกสะท้อนการทำงาน กำหนดทิศทางและเพื่อสร้างให้เกิดสมดุลทางการบริหารจัดการร่วมกันในสถานศึกษา และสอดคล้องกับสภาวะการณ์ของสังคมในศตวรรษที่ 21

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งจำเป็นในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการปฏิบัติงานของสถานศึกษา โดยผู้บริหารจะต้องวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารคนให้เหมาะสมกับงาน บริหารงานการจัดการการศึกษาให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนด โดยวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานเป็นลำดับขั้นตอนและสร้างการมีส่วนร่วมในการบรรลุวัตถุประสงค์จากทุกคนในองค์กรไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร ครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการกำหนดทิศทางบริหารงานในสถานศึกษา การจะนำภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการบริหารงานในสถานศึกษาหรือองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้นั้นควรต้องศึกษาแนวคิด วิธีการต่างๆ ซึ่งผู้นำระดับสูงหรือผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาและภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจในระดับสูง ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ การมีความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต วิธีการคิดเชิงปฏิวัติ การกำหนดวิสัยทัศน์ การที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะนำภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มาบริหารให้ได้ผลดีนั้น จำเป็นต้องมีการเสริมพลังให้ผู้บริหารได้มีโอกาสฝึกฝนและใช้ความเป็นผู้นำหรือภาวะผู้นำได้อย่างเต็มศักยภาพ ต้องมีการอบรมและพัฒนาอย่างเข้มข้นเพื่อสร้างผู้นำรุ่นใหม่ให้เป็นนักบริหารการศึกษามีอาชีพ ซึ่งผู้นำที่ดีควรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ วิธีการในการพัฒนาบุคลากรระดับนักบริหารสามารถทำได้หลายวิธีโดยการประชุม สัมมนา การพัฒนาตนเองของผู้บริหาร สามารถทำได้หลายด้าน ทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพ จิตใจ อารมณ์ สังคม การพัฒนาด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานให้มีความเชี่ยวชาญ และการพัฒนาภาวะผู้นำที่มีอยู่ให้ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน DuBrin. (2004, อ้างถึงใน ภิรมารณ์ บุนนิก, 2563)

โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 เป็นหน่วยงานที่จัดการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติและการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขพัฒนาศักยภาพผู้เรียนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะวิชาการ ทักษะชีวิต ทักษะวิชาชีพ คุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ส่งเสริมการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เป็นมืออาชีพ มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เรียน เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ คิดริเริ่มและสร้างสรรค์นวัตกรรม มีความรู้ มีทักษะและคุณลักษณะ ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 มีสุขภาวะที่เหมาะสมตามวัย มีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และปรับตัวต่อการเป็น พลเมืองและพลโลกที่ดีผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส ได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และมีคุณภาพ พร้อมก้าวสู่สากล ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร การสรุปรายงานรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่า มีการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ยังไม่บรรลุผลตามนโยบายที่มีเนื่องจากสถานศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรที่นำไปสู่การแข่งขันระดับประเทศยังไม่สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และบริบทกับพื้นที่ ขาดการวางแผนระยะยาว ขาดการดำเนินการและพัฒนาระบบการบริหารการศึกษาขั้นพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน ขาดงบประมาณสำหรับครูในการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) นักเรียนยังขาดสมรรถนะด้านดิจิทัล นักเรียนขาดความสนใจในการเข้าแข่งขันงานวิชาการต่างๆ เท่าที่ควร (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1, 2563) ซึ่งจากปัญหาทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาทั้งสิ้น

จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญต่อการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 เพื่อเป็นข้อมูลและสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ และเป็นแนวทางในการส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา ในการบริหารงานสถานศึกษาให้มีความเจริญก้าวหน้า ทนต่อยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อันจะส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารงานสถานศึกษาต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาในการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1

3. สมมุติฐานการวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1

4. ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 82 โรงเรียน รวมทั้งหมดจำนวน 1,337 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ปีการศึกษา

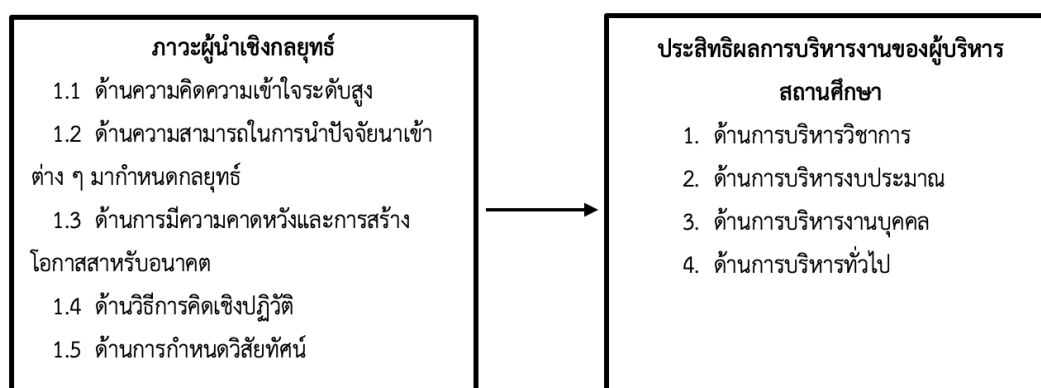
2564 กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 คน โดยการสุ่มอย่างง่ายเพื่อหาสัดส่วนตามขนาดโรงเรียน

5. กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ 1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของดูบริน (DuBrin, 2004) 2) ประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560)

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



6. ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire) การสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลสถานภาพบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา

วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Alpha Coefficient) ด้วยวิธีการครอนบักแอลฟา (Cronbach Alpha) เท่ากับ 0.934 ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 297 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การเป็นครู และขนาดโรงเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกความถี่ และค่าเฉลี่ยร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21

ของผู้บริหารสถานศึกษา และประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย () ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) และทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

7. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 พบว่าสถานภาพบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 26.3 อายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 และน้อยที่สุดมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.5 การศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 79.1 ปริญญาเอกคิดเป็นร้อยละ 2.4 ประสบการณ์การเป็นครู 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 ประสบการณ์การเป็นครู 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.9 และเป็นโรงเรียนขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.2 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการปฏิบัติภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.41) รองลงมาคือด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.46) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิกิริยา ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับ
1. ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง	4.25	0.46	มาก	3
2. ด้านความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์	4.28	0.41	มาก	1
3. ด้านการมีความคาดหวังและการสร้างโอกาส สำหรับอนาคต	4.24	0.44	มาก	4
4. ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิกิริยา	4.23	0.45	มาก	5
5. ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์	4.28	0.41	มาก	1
รวม	4.25	0.43	มาก	

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.40) โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการบริหารงานบุคคล ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.40) รองลงมาคือ ด้านการบริหารงบประมาณ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.44) ด้านการบริหารทั่วไป ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.37) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการบริหารวิชาการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.41) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการดำเนินงานประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้าน

ประสิทธิผลการบริหารงาน ของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	อันดับ
1. ด้านการบริหารวิชาการ	4.26	0.41	มาก	4
2. ด้านการบริหารงบประมาณ	4.32	0.44	มาก	2
3. ด้านการบริหารงานบุคคล	4.34	0.40	มาก	1
4. ด้านการบริหารทั่วไป	4.26	0.37	มาก	3
รวม	4.29	0.40	มาก	

3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมมีค่าความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง ($r = .823$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 รายด้าน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 มีความสัมพันธ์ในทางบวกระดับสูงและค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมี 4 ด้าน คือความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ด้านผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง ($r = .848$) ด้านความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนด ($r = .858$) ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิกิริยา ($r = .854$) และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ ($r = .851$) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ในระดับค่อนข้างสูงมี 1 ด้าน คือ ด้านการมีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต ($r = .777$) ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

สัมประสิทธิ์สัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผล
การบริหารงานสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยรวมและเป็นรายด้าน

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21	ประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา		
	Pearson Correlation	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
1.1 ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง	.848**	ระดับสูง	ทางบวก
1.2 ด้านความสามารถในการนำปัจจัย นำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์	.858**	ระดับสูง	ทางบวก
1.3 ด้านการมีความคาดหวังและการสร้าง โอกาสสำหรับอนาคต	.777**	ระดับค่อนข้างสูง	ทางบวก
1.4 ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิบัติ	.854**	ระดับสูง	ทางบวก
1.5 ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์	.851**	ระดับสูง	ทางบวก
ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21	.823 **	ระดับสูง	ทางบวก

** p < .01

8. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผล
การบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุป
อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ 1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสามารถ
ในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ รองลงมาคือด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง ด้านการ
มีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิบัติตามลำดับ อาจเนื่องมา
จากการที่ผู้บริหารต้องสามารถคิดวิเคราะห์ แยกแยะ องค์ประกอบได้ สามารถกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุด เพื่อที่จะบรรลุเป้า
หมาย มีการคิดทบทวนก่อนการตัดสินใจลงมือปฏิบัติ ที่สำคัญต้องมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีความ
สามารถคิดเชิงสร้างสรรค์ และการคิดเชิงสังเคราะห์ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยการเสนอวิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพได้อย่าง
ชาญฉลาด เหมาะสมกับสภาพสังคมที่ได้ถูกพัฒนาดังแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางด้าน Technology
และนวัตกรรม (Innovation) ต่างๆ ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งขณะนี้โลกปัจจุบันได้ก้าวเข้ามาสู่ศตวรรษที่ 21 อย่าง
เต็มตัว ซึ่งเป็นยุคที่ Digital Technology ที่เข้ามามีบทบาทและเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต ผู้
บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องใช้ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ในการบริหารงานสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุมพร พัฒนมาศ (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา
กับการบริหารจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดระยอง จันทบุรี
และตราด ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา เหลืองงาม (2562) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2) ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการบริหารงานบุคคล รองลงมาคือ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารทั่วไป และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการบริหารวิชาการตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา เหลืองงาม (2562) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิพงษ์ อันทรบุตร (2563) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3) ความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง ด้านความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิกิริยา ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการมีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคตมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ในระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คชาภรณ์ เสริมศรี (2557) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองบัวลำภู เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 1 มีความสัมพันธ์กันทางบวก อยู่ในระดับ “ มาก ” อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุมพร พัฒนมาศ (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราดโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านวิธีการคิดเชิงปฏิกิริยาตามลำดับ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความกล้าที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติงาน ทำในสิ่งที่แตกต่างเพื่อพัฒนาการจัดการศึกษาไปสู่ศตวรรษที่ 21 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการศึกษา

2) ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการบริหารวิชาการ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการพัฒนาโครงสร้างการบริหารงานวิชาการควรส่งเสริมให้มีการพัฒนางานวิชาการไปในทิศทางเดียวกัน พัฒนาการ

ใช้เทคโนโลยี จัดการศึกษา ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน มีวิสัยทัศน์ที่กว้าง มีมุมมองที่สร้างสรรค์ ในการจัดองค์การและบริหารงานสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาในด้านที่สามารถส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา

2) ควรมีการศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารโรงเรียนในหน่วยงานทางการศึกษาหรือองค์กรอื่น ๆ ที่จัดการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- คชาภรณ์ เสริมศรี. (2557). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองบัวลำภูเขต 1. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ThaiLis.https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- จุมพร พัฒนมาศ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดระยอง จันทบุรีและตราด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี]. ThaiLis. ThaiLis.https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- ทิตนา แจมมณี. (2555). ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูมิภากร บุนนาค. (2563). การศึกษาบทบาทภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี]. ThaiLis. ThaiLis.https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- รัตนา เหลืองงาม. (2562). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี]. ThaiLis. https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- วันทนา สิงห์นา. (2560). ผลการจัดการเรียนรู้แบบซิปปา เสริมด้วยชุดกิจกรรมวิทยาศาสตร์ ต่อ มโนคติ สมอง ฟัง อากาศ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี]. ThaiLis.https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- สุทธิพงษ์ อันทรบุตร. (2563). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดร้อยเอ็ด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด]. ThaiLis. https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=385026
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2560). คู่มือประกอบการอบรมการขับเคลื่อนกระบวนการ PLC (Professional Learning Community) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ผู้สถานศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. (2563). รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563. <https://web.chan1.go.th/>.

อรุณ ศรีระยับ และคณะ. (2565).กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมก่อสร้าง. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(1), 126-138.

Dubrin, A. J. (2004). *Leadership : Research Findings, Practice, and Skills* (4th ed). McGraw - Hill.

Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607 - 610.

พัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย

THE DEVELOPMENT OF AN ART ELEMENTS IN THAI ANIMATION

ปิยนนท์ สมบูรณ์¹ และ บรรจง โกศลวัฒน์²

Piyanon Somboon and Banjong Kosalwat

Article History

Received: 12-03-2021; Revised: 05-05-2021; Accepted: 06-06-2022

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการศิลปะของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยและศึกษาแนวคิดการสร้างสรรค์ของผู้สร้างผู้กำกับภาพยนตร์แอนิเมชันไทย มุ่งที่จะทำการศึกษาวเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในด้านการพัฒนาการศิลปะ โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นวิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้สร้างผู้กำกับ นักวิชาการ เพื่อทำการศึกษาพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทยตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันโดยแบ่งเป็น 3 ยุคได้แก่ 1. ยุคเริ่มต้น 2. ยุคเปลี่ยนผ่าน 3. ยุคปัจจุบัน โดยกำหนดเกณฑ์การเลือกตัวอย่างจากผลงานภาพยนตร์แอนิเมชันไทยที่ได้นำเข้าฉายในโรงภาพยนตร์และมีชื่อเสียงตั้งแต่ปี 2522-2561

ผลการศึกษาพบว่า

ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยได้มีการพัฒนาทางด้านศิลปะในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น การออกแบบตัวละคร การออกแบบฉาก การทำการเคลื่อนไหวให้กับตัวละคร แต่โครงเรื่องส่วนใหญ่มักเป็นการอ้างอิงจากวรรณคดีหรือประวัติศาสตร์ การคิดเนื้อเรื่องจึงถูกตีกรอบให้ใช้ความเป็นไทยมากเกินไป บางส่วนที่เป็นเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรมไทยได้นำมาเป็นเนื้อเรื่องหลักซึ่งจะส่งผลให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการนำเสนอที่เป็นสากลที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ยาก ทั้งยังพบว่าบุคลากรของไทยมีคุณภาพและมีผลงานเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศแต่ยังขาดทุนในการดำเนินการ รัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง และควรเปิดกว้างทางด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ การนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยต้องมีการประยุกต์ให้มีความทันสมัย เป็นสากล ไม่ควรใช้ความเป็นไทยมาตีกรอบหรือยึดเป็นเนื้อเรื่องหลักมากเกินไป นอกจากนี้ภาคการศึกษา ควรร่วมมือกับภาคผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงตามความต้องการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย

คำสำคัญ: พัฒนาการศิลปะ; ภาพยนตร์แอนิเมชัน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Master degree, Master of Arts (Communication Arts), Faculty of Communication Arts, Kasembundit University
E-mail: mrpiyanon@gmail.com *Corresponding Author

² ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Director of Master of Arts (Communication Arts), Faculty of Communication Arts, Kasembundit University

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study the evolution of Thai animations and analyze the creative process of Thai animation directors while developing the art form. This research utilized textual analysis in conjunction with expert interviews to assess the evolution of Thai animation from the very first inceptions to the recent releases. The researcher chronologically categorized Thai animations into 3 ages; 1. The first age is 2. The transitional age and 3. The current age. Thai animations selected for this study were collected and analyzed based on the criterion that the animations were released in theaters nationwide between 1979 AD- 2018 AD.

The findings of the research showed that:

Thai animations have improved in all aspects over time including character design, set design, and the quality of animation. However, the stories are often based on known works of traditional literature or history. This makes the work harder to comprehend and not so appealing to global markets. Thai animation has a quality workforce to produce animation at global standards but is not economically successful. The researcher concludes that as an industry, Thai animation has a quality workforce to produce animation at global standards but is not economically successful. To make this industry successful, the Thai government and related organizations should collaborate and support the industry. Additionally, the styles and stories of animations should be synthesized to be globally appealing and not taken literally from traditional source materials. Lastly, academic institutes and the industry should share their knowledge and experiences to produce a capable workforce for the Thai animation industry.

Keywords: Art evolution; Thai animation

1. บทนำ

ปัจจุบันแอนิเมชันได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมต่างๆมากมาย ทั้งด้านความบันเทิง เกม การศึกษา และการโฆษณา แต่เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันมีกระบวนการสร้างสรรค์มากมาย ต้องใช้เวลาในการผลิตที่ยาวนานใช้ความสามารถเฉพาะทางของทีมงานที่มีคุณภาพ ต้นทุนที่ใช้ในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันนั้นจึงสูงมาก ภาพยนตร์แอนิเมชันจึงต้องการผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุนเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ภาพยนตร์แอนิเมชันที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกกลุ่มและทุกเพศทุกวัย จะเป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จสูง ในการที่จะดึงดูดผู้ชมให้มาชมภาพยนตร์ได้นั้น ภาพยนตร์จะต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม นำเสนอเรื่องราวที่ทำให้ทุกคนสนใจ แต่ด้วยเหตุที่ตลาดภาพยนตร์ที่มีอยู่เฉพาะภายในประเทศไม่กว้างขวางนัก จึงมักให้ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นภาพยนตร์แอนิเมชันจึงต้องพัฒนากลายเป็นธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อมีรายได้มากขึ้นในการมาผลิตและการพัฒนาการผลิตเรื่องต่อไป

แต่ภาพยนตร์แอนิเมชันของไทยยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรบทบาทของภาพยนตร์คือสิ่งที่นักวิจารณ์ยังคงตำหนิแอนิเมชันสัญชาติไทยว่า “ปม” ในเรื่องยังอ่อนไป (MGR Online, 2556) โครงเรื่อง (plot) ส่วนใหญ่ เป็นการอ้างอิงจากประวัติศาสตร์หรือเรื่องราวจากวรรณคดีในงานแอนิเมชันไทยยังพบจินตนาการความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการประยุกต์เนื้อหา กลวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนอ และการออกแบบตัวละครที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ชมอยู่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งปัญหาตรงส่วนนี้ยังต้องปรับปรุงแก้ไขต่อ

ไป เพราะปัจจัยดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่บ่งชี้ว่าผลงานที่ผลิตออกมามีคุณภาพในระดับใด ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรที่จะทำวิจัย เพื่อสำรวจรวบรวม และวิเคราะห์พัฒนาการของศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เกี่ยวกับรูปแบบกระบวนการสร้างและแนวคิดของโครงสร้างของเรื่อง เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพผลงานของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ไปพร้อมกับการพัฒนางานการแอนิเมชันไทยให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพัฒนาการศิลปะของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ภาพยนตร์ทั้ง 3 ยุค

1. แนวคิดเกี่ยวกับแอนิเมชัน ความหมายของแอนิเมชัน แอนิเมชันเป็นศาสตร์แห่งศิลปะที่มนุษย์คิดสร้างสรรค์ขึ้นซึ่งปรากฏเป็นหลักฐานมานับพันปี และยังคงมีพัฒนาการสร้างสรรค์แอนิเมชันมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพแอนิเมชันส่วนใหญ่ ได้จำแนกเทคนิคการทำงานของแอนิเมชันแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) แอนิเมชันแบบดั้งเดิม (Traditional Animation) 2) ดิจิทัลแอนิเมชัน คอมพิวเตอร์แอนิเมชัน

แอนิเมชันแต่ละสัญชาติ แอนิเมชันฝรั่ง แอนิเมชันในยุคแรกสุดเป็นการดัดแปลงจากภาพยนตร์เงียบ ในปี 1908 แอนิเมชันถือกำเนิดขึ้นในโลกคือเรื่อง “Fantasmagorie” โดยผู้กำกับชาวฝรั่งเศส Emile Courtet ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องแรกของโลกคือเรื่อง “Satire du Ptlrigoyen” ของอาร์เจนตินาในปี 1917 ในขณะเดียวกัน ในปี 1923 Walt Disney ก็ถือกำเนิดขึ้น หลังจากทีวอลต์ ดิสนีย์ถือกำเนิดขึ้นในปี 1937 แอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องแรกของดิสนีย์ก็ได้ออกฉาย คือ “สโนไวท์กับคนแคระทั้งเจ็ด” ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และแอนิเมชันเรื่องอื่นๆ ก็ค่อยๆ ตามมา เช่น Pinocchio, Fantasia, Dumbo, Bambi, Alice in Wonderland เป็นต้น สตูดิโอ Warner Brother, MGM และ UPA ก่อตั้งขึ้นในทศวรรษที่ 1960 หลังจากภาพยนตร์แอนิเมชันประสบความสำเร็จทำให้เกิดธุรกิจแอนิเมชันทางหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งการ์ตูนดิสนีย์และการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ เช่น ซูเปอร์แมน แบทแมน เป็นต้น และในขณะเดียวกัน ในช่วงปี 1980 ภาพยนตร์ของดิสนีย์ก็ถึงคราวซบเซา แต่ในปี 1986 “The Great Mouse Detective” แอนิเมชันเรื่องแรกของโลกที่ได้นำเทคนิค 3 มาใช้ร่วมกับแอนิเมชัน 2 มิติ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้แอนิเมชันของดิสนีย์เฟื่องฟู และได้รับความนิยมอีกครั้ง ในปี 1995 ภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติเรื่องแรกของโลกเรื่อง “Toy Story” ได้กำเนิดขึ้น และสร้างแอนิเมชัน 3 มิติอีกมากมายในเวลาต่อมาจนถึงปัจจุบัน

แอนิเมชันญี่ปุ่น จุดเริ่มต้นในปี 1917 โดยเปิดตัว “เจ้าหญิงหิมะขาว” ซึ่งได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์เงียบและใช้เทคนิคแอนิเมชัน Cut-Out Animation ที่ได้รับความนิยมทั้งในญี่ปุ่นและอเมริกาในขณะนั้น หลังจากนั้นแอนิเมชันญี่ปุ่นได้ค้นพบเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทำให้แอนิเมชันญี่ปุ่นโด่งดังไปทั่วโลก ในช่วงทศวรรษ 1960 เมื่อเริ่มดัดแปลงการ์ตูนมังงะเป็นแอนิเมชัน โดยผลงานที่โดดเด่นที่สุดคือ “Astro Boy” ของ Tezuka Osamu ในปี 1963 ซึ่งออกอากาศทางทีวีในญี่ปุ่นและส่งออกไปยังอเมริกาและไทย แอนิเมชันญี่ปุ่นเติบโตอย่างต่อเนื่อง เข้าสู่โลกของภาพยนตร์ในทศวรรษที่ 1980 ด้วยการกำเนิดของสตูดิโอที่มีชื่อเสียง เช่น “Studio Ghibli” แอนิเมชันญี่ปุ่นได้สร้าง “Pop Culture” (วัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม) ผ่านผลงานอย่าง “Doraemon” หรือ “One Piece” และกลายเป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ที่ทรงพลังสำหรับประเทศญี่ปุ่น แอนิเมชันไทยมีประวัติศาสตร์ย้อนหลังไปถึงปี

พ.ศ. 2486 โดยผู้สร้างคนแรกคือ อ.สรรพสิริ วิริยสิริ ซึ่งเป็นผู้สร้างการ์ตูนในภาพยนตร์โฆษณา เช่น “หนูหล่อ” ของยาหม่องบริบูรณ์ ปาล์ม อ.เสนห์ คล้ายเคลื่อนไหว มีความคิดที่จะสร้างแอนิเมชันเรื่องแรกของไทย แต่ก็ต้องล้มไปเพราะกฎหมายควบคุมสื่อในสมัยนั้น ในที่สุด อาจารย์ปยุต เงากระจ่าง ก็ประสบความสำเร็จในการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องแรกในประเทศไทยเรื่อง “हेมัทศักรย์” ในปี พ.ศ. 2498 ตามมาด้วยภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องยาวเรื่องแรกในปี พ.ศ. 2522 เรื่อง “สุดสาคร” ถัดไปในปี พ.ศ. 2526 ได้มีแอนิเมชันทางทีวีเรื่องแรกที่เป็นฝีมือคนไทย คือ “ผีเสื้อแสนรัก” อย่างไรก็ตามเนื่องจากการทำแอนิเมชันนั้นต้องใช้ต้นทุนค่อนข้างสูง จึงทำให้แอนิเมชันในเมืองไทยนั้นต้องปิดตัวลง แต่อุตสาหกรรมก็ได้รับการฟื้นฟูในปี 2542 บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ได้ทำการทุนที่ดัดแปลงมาจากวรรณคดีจากเรื่อง “ปลาบู่ทอง” และ “สังข์ทอง” ภาพยนตร์เรื่อง “ปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน” ในปี พ.ศ. 2545 ถือเป็นยุคทองของแอนิเมชัน 3 มิติสำหรับประเทศไทย แต่อุตสาหกรรมนี้ก็ซบเซามาเป็นเวลานาน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 ภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย” ได้จุดกระแสให้กับภาพยนตร์แอนิเมชันไทยอีกครั้งเพื่อให้เข้าใจสาระสำคัญของแอนิเมชัน สิ่งสำคัญคือต้องเข้าใจคำจำกัดความและการพัฒนาของแอนิเมชัน ตลอดจนความแตกต่างระหว่างแอนิเมชันของชนชาติต่างๆ ตามด้วยการอภิปรายเกี่ยวกับขั้นตอนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน การสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันไม่ว่าจะเป็นประเภทใดสามารถแบ่งขั้นตอนการทำงานได้ 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้ 1) ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production) เป็นขั้นตอนสำคัญในการวางแผน การเขียนบท การออกแบบตัวละคร การออกแบบฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก กรอบแสดงเรื่องราวด้วยภาพ (Storyboard) ดนตรี และการออกแบบเสียง การเขียนบทเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเนื่องจากเรื่องราวและตัวละครได้รับการพัฒนาผ่านบท การออกแบบตัวละครเกี่ยวข้องกับการสร้างรายละเอียดของตัวละคร เช่น ชื่อ อายุ บุคลิกภาพ และรูปร่างหน้าตา การออกแบบฉากและการออกแบบอุปกรณ์ประกอบฉากเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพวาดของฉากและวัตถุต่างๆ กรอบแสดงเรื่องราวด้วยภาพ (Storyboard) แสดงภาพรวมของเรื่องราวและมุมกล้องที่จะใช้ ประการสุดท้าย ดนตรีและการออกแบบเสียงมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างบรรยากาศและอารมณ์ของฉาก

ขั้นตอนการผลิต (Production) วางผัง (layout) ทำให้เคลื่อนไหว (animate) แสงและเงา (Lighting and Shadow) และการประมวลผลภาพ (Rendering) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำตัวละครและรูปลักษณ์โดยรวมของภาพยนตร์มีชีวิต วางผัง (layout) กำหนดตำแหน่งและการเคลื่อนไหวของตัวละครในแต่ละช็อต โดยเน้นที่การวางแผนการเคลื่อนไหวและการแสดงออกของตัวละคร ทำให้เคลื่อนไหว (animate) คือการสร้างการเคลื่อนไหวและการแสดงออกของตัวละคร ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นอารมณ์จากผู้ชม การจัดแสงและเงา (Lighting and Shadow) เพิ่มความสมจริงและมิติให้กับแอนิเมชัน ส่งผลต่อภาพโดยรวม การประมวลผลภาพ (Rendering) เป็นการรวมองค์ประกอบทั้งหมดเข้าด้วยกันเป็นภาพสุดท้าย สามารถเปรียบเทียบได้กับการถ่ายภาพยนตร์ในโรงละครที่จัดตัวละคร แสง และองค์ประกอบต่างๆเรียบร้อยแล้ว (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550)

ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ในแอนิเมชันเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการนำองค์ประกอบทั้งหมดมารวมกัน ตัดต่อภาพยนตร์ และเพิ่มดนตรีและเอฟเฟกต์เสียง ขั้นตอนหลังการผลิตเกี่ยวข้องกับการรวมตัวละครและพื้นหลังเป็นภาพเดียว ในขณะที่การแก้ไขเกี่ยวข้องกับการจัดฉากให้เข้ากับเรื่องราวและเพิ่มเอฟเฟกต์เสียง เพลงและเอฟเฟกต์เสียงถูกเลือกเพื่อเสริมเรื่องราวและฉากของภาพยนตร์ ซึ่งเป็นกระบวนการสุดท้ายก่อนนำขึ้นงานไปเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆต่อไป

ดังนั้นการเข้าใจกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันทำให้รู้ทุกขั้นตอนของการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน ใช้เวลานานกว่าภาพยนตร์ปกติอย่างไร กว่าจะได้ภาพยนตร์แอนิเมชันที่โดนใจผู้ชมต้องผ่านแนวคิดอะไรบ้าง แต่นอกเหนือจากงานสร้างที่ดีแล้วรากฐานที่สำคัญของภาพยนตร์ก็คือบทภาพยนตร์ที่ดี

3. แนวคิดการเล่าเรื่อง เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านสื่อภาพยนตร์มีองค์ประกอบต่อไปนี้ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ฉาก ตัวละคร ความขัดแย้ง สัญลักษณ์พิเศษ และมุมมองการเล่าเรื่อง โครงเรื่องหมายถึงเหตุการณ์ที่ประกอบเป็นเรื่องราว ในขณะที่แก่นเรื่องหมายถึงแนวคิดหลักหรือแนวคิดที่เรื่องราวพยายามนำเสนอ ฉากเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเล่าเรื่อง เนื่องจากช่วยสร้างบรรยากาศที่สมจริงและสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว ตัวละครเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาเรื่องราวในภาพยนตร์ บุคลิก ความคิด และพฤติกรรมของพวกเขาทำให้เรื่องราวมีชีวิตชีวา ความขัดแย้งเป็นองค์ประกอบสำคัญในโครงสร้างการเล่าเรื่อง ซึ่งแสดงถึงปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข มีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อสื่อความหมายผ่านภาพหรือคำพูด ประการสุดท้าย มุมมองการเล่าเรื่องเป็นสิ่งสำคัญในการทำความเข้าใจเหตุการณ์ของเรื่องราวและกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้กับผู้ชม

บทภาพยนตร์หรือการเล่าเรื่องเป็นหัวใจหลักของภาพยนตร์ทุกประเภท ถ้าผู้ผลิตภาพยนตร์เข้าใจในหลักการการเล่าเรื่องอย่างดี ย่อมจะผลิตภาพยนตร์ให้เข้าไปในใจผู้ชมได้ไม่ยาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาประกอบการวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการและกระบวนการการผลิตแอนิเมชัน โดยพบว่า จรรยา เหลียวตระกูล (2540) ได้ทำการศึกษา “พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท.” การวิจัยพบการเปลี่ยนแปลงจากการตุ้ตันตะวันตกไปสู่การ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การดำเนินงานขององค์กร และปัจจัยทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ โครงเรื่อง เนื้อหา สุนทรียศาสตร์ และลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมการ์ตูนญี่ปุ่นที่ไม่เหมือนใครมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานี้ นอกจากนี้ เมทินี สิงห์เวชกุล (2548) ได้ศึกษา “การพัฒนากระบวนการการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก” พบว่าการผลิตแอนิเมชันของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น การผลิตไม่ได้ผลอย่างต่อเนื่อง ในอดีตแอนิเมชันนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นและอเมริกาเป็นหลัก แอนิเมชันไทยเผชิญกับความท้าทายในหลายๆ ด้าน ทั้งความสวยงาม โครงเรื่อง การออกแบบ และเทคโนโลยีการผลิต อีกทั้งยังขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในอุตสาหกรรมการผลิต อย่างไรก็ตาม ถ้าภาครัฐและบริษัทผู้ผลิตร่วมมือกันอย่างจริงจัง และการลงทุนด้านการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะการเขียนบทและการผลิต จะสามารถพัฒนาคุณภาพของแอนิเมชันไทยก้าวสู่ตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น ส่วนของ อนุชา เสรีสุชาติ (2548) ได้อธิบายถึง การบริหารการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันในด้านโครงสร้างการบริหารในกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน และด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยสรุปได้ดังนี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จ ซึ่งรวมถึงการแบ่งกระบวนการผลิตออกเป็นช่วงก่อนการผลิต (Pre-production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production) และแบ่งการจัดการออกเป็นแผนการผลิต การจัดการ และการตลาด การวางแผนก็มีความสำคัญเช่นกัน ทั้งแผนเงินทุน บุคลากร ตลอดจนกิจกรรมทางการตลาด ด้านเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยเฉพาะการใช้คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูงและซอฟต์แวร์พิเศษ อย่างไรก็ตาม ต้นทุนของทรัพยากรเหล่านี้และการขาดผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้ทำให้เกิดความท้าทาย นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายซึ่งโดยปกติจะเป็นเด็ก และกำลังซื้อต่ำของภาคการตลาดของธุรกิจสื่อ ส่งผลต่อเนื้อหาและสไตล์ของภาพยนตร์ ผู้วิจัยเสนอว่าอุตสาหกรรมแอนิเมชันจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมการลงทุน เพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายและการตลาดและการแข่งขันในตลาดโลก

นอกจากนี้ กรภัทร์ จิตต์จำนง (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย2” การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ชมอายุไม่เกิน 18 ปีที่ไม่มีรายได้ประจำเป็นกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ ยิ่งรายได้มากขึ้นอัตราการชมภาพยนตร์ก็ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของรักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่อง “ทัศนคติการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” และสอดคล้องกับมุมมองของ Kotler (1997) ที่พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะเฉพาะบุคคล เช่น อายุ อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่าความน่ารักและสวยงามของตัวละครเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ รองลงมาคือความสนุกและเทคนิคพิเศษในการสร้างภาพ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด ได้แก่ การโฆษณา

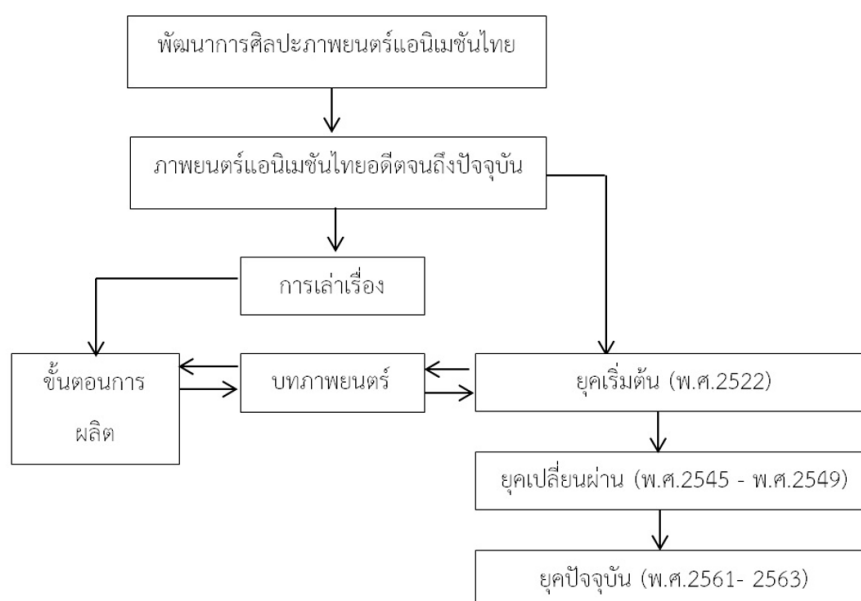
และการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของคนรัก และบุคคล/ดาราที่มีชื่อเสียง ในด้านความพึงพอใจ ผู้ชมพึงพอใจในความน่ารักและสวยงามของตัวละครมากที่สุด รองลงมาคือเทคนิคพิเศษในการสร้างภาพ ขณะที่บทสนทนาของตัวละครและเสียงประกอบหรือดนตรีบรรเลงมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการออกแบบตัวละครมีความสำคัญในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันและควรให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับบทภาพยนตร์หรือเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ เทคนิคการสร้างภาพแบบพิเศษยังพบว่ามีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมและเพิ่มความน่าดึงดูดใจของภาพยนตร์การ์ตูนในแง่ของความคิดสร้างสรรค์ ความสมจริง และความน่าทึ่ง

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นได้เน้นให้เห็นถึงในอดีตมีการใช้แอนิเมชันต่างประเทศในประเทศไทยอย่างแพร่หลาย เนื่องจากต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งนำไปสู่การเสียดุลวัฒนธรรมแอนิเมชันต่างประเทศ การผลิตแอนิเมชันของไทยประสบปัญหาในปี 2548 เช่น คุณภาพไม่ดี ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค ส่วนโครงสร้างการผลิต ควรแยกฝ่ายผลิตและฝ่ายจัดการให้ชัดเจน และขยายไปสู่ธุรกิจอื่นเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน ในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ควรให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องรวมไปถึงบทสนทนาของตัวละคร เพราะการออกแบบตัวละครที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่ได้รับประกันความสำเร็จหากปราศจากเรื่องราวที่แข็งแกร่ง

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทยโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้สร้างผู้กำกับ นักวิชาการ เพื่อทำการศึกษาศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทยตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันโดยแบ่งเป็น 3 ยุคได้แก่ 1. ยุคเริ่มต้น 2. ยุคเปลี่ยนผ่าน 3. ยุคปัจจุบัน โดยกำหนดเกณฑ์การเลือกตัวอย่างจากผลงานภาพยนตร์แอนิเมชันของ

ไทยที่ได้นำเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ตั้งแต่ปี 2522-2563 ทั้งนี้เลือกกลุ่มจากการคัดมาจากรายการภาพยนตร์แอนิเมชันไทยที่มีชื่อเสียง ซึ่งมีจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ 1. สุดสาคร (2522) 2. ปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน (2545) 3. ก้านกล้วย (2549) 4. 9 ศาสตรา (2561) เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้กำกับภาพยนตร์แอนิเมชันไทย 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ผลิตแอนิเมชันในกลุ่มตัวอย่าง และนักวิชาการ 2 ท่าน ทำการวิเคราะห์ด้วยบทของภาพยนตร์แอนิเมชันทั้ง 4 เรื่อง และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สร้างผู้กำกับและนักวิชาการเพื่อชี้ให้เห็นในเรื่องการพัฒนาศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย

6. ผลการวิจัย

ยุคเริ่มต้น พ.ศ.2522 ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “สุดสาคร” ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องสุดสาคร ผลงานผู้กำกับ ประยูตญ์ เจากระจำ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน 2 มิติ เรื่องราวของภาพยนตร์เรื่องนี้สร้างจากวรรณกรรมเรื่อง “พระอภัยมณี” ของสุนทรภู่ แก่นเรื่องหลักของภาพยนตร์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมะที่อยู่เหนือธรรมชาติและความคิดสร้างสรรค์ระหว่างมนุษย์กับพลังเหนือธรรมชาติ การออกแบบตัวละครมีความเป็นไทยสูงมากได้รับอิทธิพลจากวรรณคดีไทยและแสดงถึงเอกลักษณ์ไทยด้วยสีสดใสแต่เน้นให้สีตามความเป็นจริงในธรรมชาติ และอ้างอิงรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นอย่างชัดเจน แต่ฉากทั้งหมดยังคงเป็นเหมือนภาพงานศิลปะที่วางไว้เป็นฉากหลังแผ่นเดียวโดยใช้วิธีการเลื่อนเพื่อให้ดูเหมือนมีการเคลื่อนไหวเท่านั้นการเคลื่อนไหวตัวละครเป็นการเคลื่อนไหวแบบวนซ้ำขาดความสมจริง และมุมมองที่จำกัดทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ขาดความน่าสนใจ ใช้บทสนทนาเรียบง่ายซึ่งต่างจากวรรณคดีที่เป็นแบบร้อยกรองในบทสนทนาและการผสมผสานระหว่างดนตรีไทยและการขับร้องเพื่อสร้างบรรยากาศและอารมณ์ที่แตกต่างกัน

ยุคเปลี่ยนผ่าน พ.ศ. 2545 ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “ปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน ตอนตะลุยโลกอนาคต” ผลงานผู้กำกับ ชัยพร พานิชรูปทิวศ์ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ แนวผจญภัย ที่สร้างจากการ์ตูนชุด “ปังปอนด์” (หรือในชื่อเดิม “ไอ้ตัวเล็ก”) นำเสนอเรื่องราวความขัดแย้งระหว่างมนุษย์และเครื่องจักรในโลกอนาคต แก่นเรื่องของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ ดิ แอนิเมชันสามารถแบ่งเป็น 2 แก่นได้ดังนี้ 1. แก่นหลัก เนื่องจากเนื้อเรื่องของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน เป็นเนื้อเรื่องแบบหนังสือการ์ตูน ซึ่งไม่มีโครงสร้างการเล่าเรื่องแบบภาพยนตร์ เป็นการเล่าเรื่องที่กล่าวถึงโลกอนาคตที่หุ่นยนต์ครอบงำมนุษย์และถูกทำลายลงด้วยอิทธิฤทธิ์ของหนุมาน แก่นเรื่องก็เป็นเพียงธรรมะชนะอธรรม 2. แก่นรอง มิตรภาพของความเป็นเพื่อน เริ่มจากการพบกันระหว่างปังปอนด์และหนุมานจนนำไปสู่การพบเพื่อนๆในโลกอนาคต และมีเรื่องราวที่สร้างมิตรภาพผ่านการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การออกแบบตัวละครของภาพยนตร์ใช้ลักษณะเฉพาะจากตัวละครในหนังสือการ์ตูนต้นฉบับโดยยังคงลักษณะความเป็นไทย โดย ปังปอนด์ มีนิสัยขี้เล่นและซุกซน ส่วน หนุมาน มีไหวพริบและฉลาดหลักแหลม การออกแบบฉากนำเสนอโลกอนาคตสมัยใหม่ที่มืองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทย เช่นวัด และเจดีย์ แต่เทคนิคแอนิเมชัน 3 มิติที่ใช้ยังขาดรายละเอียดในแง่ของโมเดลตัวละครและฉาก การเคลื่อนไหวของตัวละครไม่เป็นธรรมชาติ การแสดงออกทางสีหน้าไม่สามารถสื่ออารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตัวละครส่วนใหญ่จะยืนกางแขนท่อนๆ ขาด “Staging” หลักการแสดงอารมณ์และท่าทางการแสดงของตัวละครที่จะส่งผลต่อคนดูเป็นวิธีการนำเสนอแนวความคิดผ่านลักษณะท่าทางและอารมณ์ของตัวละคร ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถถ่ายทอดเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้อย่างเข้าใจโดยไม่ต้องอธิบายเป็นคำพูด การออกแบบดนตรีและเสียงของภาพยนตร์ใช้เสียงที่ดูเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการเพิ่มเสียงพิเศษสำหรับหุ่นยนต์และองค์ประกอบอื่นๆ ในฉาก การออกแบบมุกตลก สำหรับภาพยนตร์แอนิเมชันปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแบบ 3 มิติ ซึ่งการทำมุกตลกนั้นเป็นการเคลื่อนไหวกล้องในโปรแกรม 3 มิติ มีความคล้ายคลึงกับการจัดมุกตลกในการถ่ายภาพยนตร์ที่มีคนแสดง (Live action) เพราะฉะนั้นมุกตลกจึงมีความหลากหลายได้มากกว่ามุกตลกของภาพยนตร์แอนิเมชันแบบ 2 มิติ ที่กำหนดมุกตลกต้องกำหนดจากการวาดทีละเฟรม ซึ่งภาพยนตร์แอนิเมชันปังปอนด์ ดิ แอนิเมชัน ก็สามารถถ่ายทอดมุกตลกได้ดีใกล้เคียงกับภาพยนตร์ที่ใช้คนแสดงพอสมควร พ.ศ. 2545 ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “ก้านกล้วย” ผลงานผู้กำกับ คมภิญญ์ เข้มกำเนิด จากบริษัท กันตนา แอนิเมชัน เป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ แนว ดราม่า-คอมเมดี้ อิงประวัติศาสตร์ นำเสนอเรื่องราว

ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ หมายถึง ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างตัวละครกับตัวละคร ในเรื่องเป็นความขัดแย้งระหว่างหงสาวดีกับกรุงศรีอยุธยา โดยมีมุมมองการเล่าเรื่องแบบรู้รอบด้าน (The Omniscient Narrator) ผู้ชมเป็นผู้สังเกตการณ์ผ่านตัวละครหลักก็คือตัวละครก้านกล้วย แก่นเรื่องหลักของภาพยนตร์ คือ ความกล้าหาญ และความเสียสละ การออกแบบตัวละครเน้นความน่ารัก ตัวละครดูเป็นการดูมากกว่าเน้นความเหมือนจริง แบ่งลักษณะนิสัยผ่านทางรูปร่างและดวงตา ตัวละครฝ่ายดีจะออกแบบให้มีดวงตากลมโตน่ารัก รูปร่างโค้งมน ตัวละครฝ่ายร้าย จะออกแบบให้ดวงตาดูเรียวยาว นัยน์ตาดูดุ และรูปร่างจะเป็นเหลี่ยมสันดูแข็งกระด้าง ภาพยนตร์เรื่องนี้ยังนำเสนอการออกแบบวิถีชีวิตไทยสมัยอยุธยาอย่างสมจริงรวมถึงประเพณีลอยกระทง และการออกแบบส่วนประกอบต่างๆในบรรยากาศ เช่น ฝุ่น ควัน ไฟ น้ำ ก็สามารถออกแบบได้อย่างสมจริง การเคลื่อนไหวของตัวละครมีความสมจริง แต่ขาด “Exaggeration” หลักของความเกินจริง เป็นหลักที่นำเอาแก่นอารมณ์หรือลักษณะท่าทางหลักของตัวละครที่ได้วางเอาไว้มาขยายให้ดูมากเกินไปจนเกินความเป็นจริงเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงอารมณ์ที่สนุก ตื่นเต้น หรือ เสียว ผ่านตัวละครได้มากขึ้น ภาพยนตร์มีการใช้เสียงบรรยาย ช่วยสรุปให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวโดยเร็วผ่านการใช้เสียงบรรยาย และเสียงประกอบใช้เป็นเสียงดนตรีบรรเลงโดยมีเครื่องดนตรีไทยผสมอยู่ด้วยเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและองค์ประกอบทางวัฒนธรรมไทย และใช้เพลงที่มีเนื้อร้อง เพลง “ฮีด” ประกอบในฉากทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกเอาใจช่วยไปกับตัวละครและมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพยนตร์ มุกกล้องและขนาดภาพได้รับการออกแบบให้สื่อความหมายและอารมณ์ของภาพยนตร์ได้อย่างชัดเจน

ยุคปัจจุบัน พ.ศ. 2561 ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง 9 ศาสตรา ผลงานผู้กำกับภาพยนตร์โดย ฌ์ญ ยศวัฒนนานท์อำนวยการสร้างโดยบริษัท เอ็กซ์ฟอร์แมท พิล์มส์ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแนวแฟนตาซีผสมผสานกับมวยไทย ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง 9 ศาสตรา เป็นความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ หมายถึง ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างตัวละครกับตัวละคร ซึ่งในภาพยนตร์เป็นการขัดแย้งระหว่าง เผ่ายักษ์กับเผ่ามนุษย์ โดยมีมุมมองการเล่าเรื่องแบบรู้รอบด้าน (The Omniscient Narrator) ผู้ชมเป็นผู้สังเกตการณ์ผ่านตัวละครหลักก็คือตัวละคร ฮีต แก่นเรื่องหลักของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง 9 ศาสตรา คือ ความศรัทธา ภาพยนตร์เรื่องนี้ผสมผสานวัฒนธรรมไทยผ่านการออกแบบตัวละครและฉาก การออกแบบตัวละครมีความเป็นแฟนตาซีผสมผสานกับตะวันออก และแฝงวัฒนธรรมไทยลงในตัวละคร เช่น ลายสักยันต์แบบวัฒนธรรมไทยที่สวยงามบนร่างกายของตัวละครหลัก หรือเส้นสายความเป็นไทยตามร่างกายใบหน้าของตัวละครยักษ์ การออกแบบฉากเป็นการออกแบบที่มีความพิถีพิถัน รายละเอียดที่ดูสมจริง ไม่ว่าจะเป็นน้ำทะเลสายฝน ใส่ความเป็นไทยลงไปในแต่ละส่วนอย่างกลมกลืน เป็นศิลปะความเป็นไทยที่ถูกตีความแบบใหม่ รวมถึงวิถีชีวิตของชาวบ้าน บ่งบอกความเป็นไทย และกลิ่นอายความเป็นเอเชียได้อย่างชัดเจน การออกแบบดนตรีและเสียงประกอบ ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง 9 ศาสตรา ได้ใช้บทบรรยายเข้ามาช่วยเล่าเรื่องในบางช่วงเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อเรื่องได้อย่างรวดเร็ว การใช้เสียงดนตรีประกอบทำออกมาได้ดีมาก เพียงแต่ขาดเสียงที่มาจากเครื่องดนตรีไทย ทำให้ขาดกลิ่นอายความเป็นไทยไปบางส่วน ใช้เพลงที่มีเนื้อร้อง เพลง “ทำ” เป็นเพลงที่แต่งขึ้นมาใหม่สำหรับภาพยนตร์แอนิเมชัน 9 ศาสตรา โดยเนื้อเพลงมีความหมายเพื่อปลุกความเป็นนักสู้ ปลุกความรู้สึกให้อีกทีม พร้อมออกไปรบกับศัตรู เสียงเอฟเฟค (Effect) มีรายละเอียดที่ดีมากช่วยเสริมความสมจริงของภาพยนตร์ การออกแบบมุกกล้องได้รับการดำเนินการอย่างดี ลักษณะการวางกล้องที่เหมือนกับการถ่ายภาพยนตร์จริง ซึ่งจะทำให้คนดูรู้สึกถึงความสมจริง ฉากต่อสู้มุกกล้องสามารถถ่ายทอดออกมาได้อย่างสนุกตื่นเต้นเร้าใจ ซึ่งมีส่วนสนับสนุนประสบการณ์ที่ดีมาของภาพยนตร์

7. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ในแต่ละยุคร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สร้างผู้กำกับ และนักวิชาการ ดังนั้นจึงสรุปผลการวิจัยพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ดังนี้

แนวความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นงานที่ต้องใช้ต้นทุนในการสร้างสูง คนที่ทำแอนิเมชัน หรือผู้กำกับส่วนใหญ่ไม่ได้มีเงินลงทุนทำภาพยนตร์ได้เอง เป็นแค่คนทำตามจินตนาการคนที่ให้ทุน การคิดเนื้อเรื่องจึงถูกตีกรอบให้ใช้ความเป็น

ไทยมากจนเกินไป บางส่วนที่เป็นเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรมไทยได้นำมาเป็นเนื้อเรื่องหลักซึ่งจะส่งผลให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการนำเสนอที่เป็นสากลที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ยาก โครงเรื่อง (Plot) ทุกเรื่องล้วนมีการวางโครงเรื่องตามหลักแนวคิดการเล่าเรื่องคือ กำหนดเหตุการณ์ที่ปรากฏอยู่ในเรื่องเป็นส่วนๆ แล้วนำมาต่อร้อยเรียงกันตั้งแต่ต้นเรื่องไปจนจบเรื่อง แต่เนื้อหาของเรื่องส่วนใหญ่ นำเอาวรรณคดีหรือมีการอ้างอิงประวัติศาสตร์มาสร้าง เนื้อเรื่องจึงไม่แปลกใหม่และจะออกไปแนวเดียวกันทั้งหมด ควรสร้างสรรค์แนวภาพยนตร์ใหม่ๆ ขึ้นมาให้ความโดดเด่นเพื่อดึงดูดผู้ชม แก่นเรื่อง (Theme) ภาพยนตร์ทั้ง 3 ยุค พบว่า แก่นของเรื่องอาจมีแง่คิดที่หลากหลาย เช่น ปังปอนด์ ให้แง่คิด มิตรภาพระหว่างเพื่อน ก้านกล้วยให้แง่คิด ความกล้าหาญและเสียสละ 9 ศาสดาให้แง่คิดเรื่องความศรัทธา แต่ทุกเรื่องล้วนเล่าเรื่องแบบ ธรรมะย่อมชนะอธรรม ซึ่งยังขาดการพัฒนาการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ด้านเนื้อหาจะเล่าเรื่องที่เน้นคุณงามความดี มีศีลธรรม ตามขนบธรรมเนียมไทย การนำเสนอคุณงามความดีเป็นเรื่องที่ดี แต่ควรมีการนำเสนอที่หลากหลาย หรืออาจทางได้ยาก เพื่อสร้างความตื่นตัวให้กับผู้ชม เนื้อหาควรมีความคิดสร้างสรรค์ให้เข้ากับยุคสมัยและเป็นสากล เพื่อเปิดโอกาสให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง เพราะบทภาพยนตร์เป็นหัวใจหลักที่ส่งผลต่อการออกแบบในด้านอื่นๆ ทั้งหมดของภาพยนตร์ การออกแบบตัวละคร มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น การออกแบบตัวละครเป็นไปตามหลักแนวคิดการออกแบบตัวละคร ซึ่งตัวละครจะถูกออกแบบมาจากบทภาพยนตร์ เพราะบทภาพยนตร์เป็นหัวใจหลักของการออกแบบทุกๆ ส่วน การออกแบบตัวละครหลัก ในด้านบุคลิกทั่วไปเป็นไปในทางที่ดี สามารถรับรู้ได้ถึงลักษณะนิสัยผ่านการออกแบบตัวละคร แต่ตัวละครยังขาดการออกแบบบุคลิกพิเศษเฉพาะตัว เพราะตัวละครที่ดีควรมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้คนดูสนใจ จดจำ และติดตาม ซึ่งปัญหานี้น่าจะมาจากบทภาพยนตร์ที่ถูกตีกรอบ เป็นปัญหาผูกพัน ส่งผลให้นักออกแบบก็มักเล่าออกแบบที่แหวกแนว ส่วนใหญ่จะออกแบบตามที่นายทุนชอบ หรือไม่ก็อ้างอิงมาจากวรรณคดี หรือประวัติศาสตร์ การออกแบบตัวละครเอกทั้ง 3 ยุค พบว่าตัวละครเอกส่วนใหญ่ถูกออกแบบให้เป็นเพศชาย และเป็นคนดี มีจิตใจที่อ่อนโยน และนอกจากตัวละครเอกแล้ว ภาพยนตร์แอนิเมชันทั้ง 3 ยุค มีการออกแบบตัวละคร Trickster ตัวละครที่สร้างมุกตลกอารมณ์ขันช่วยสร้างสีสันและเสียงหัวเราะให้กับภาพยนตร์ ตามหลักแนวคิด 7 แม่แบบ (7-archetypes) การออกแบบฉาก เป็นไปตามหลักแนวคิดการเล่าเรื่อง ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยทั้ง 3 ยุค จะออกแบบฉากเพื่อบอกสถานที่ และเป็นตัวขับเคลื่อนให้เรื่องราว การออกแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่อ้างอิงมาจากศิลปะ ช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา เข้ามามีผสมผสาน โดยยุคเริ่มต้นและยุคเปลี่ยนผ่านจะออกแบบตรงๆ ตามการหาข้อมูลอ้างอิง ซึ่งต่างจากยุคปัจจุบันที่มีการนำศิลปะไทยมาประยุกต์ให้ร่วมสมัย และเป็นสากลมากขึ้น การออกแบบการเคลื่อนไหวตัวละคร มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการทำการเคลื่อนไหวตัวละครให้ดูสมจริงนั้น ขึ้นอยู่กับเวลาในการผลิต จากการสัมภาษณ์ คุณชัยพร พานิชรุทติวงศ์ ผู้กำกับภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ (ชัยพร พานิชรุทติวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 มกราคม 2564) พบว่า ในตอนแรกภาพยนตร์แอนิเมชันปังปอนด์ ไม่ได้วางแผนในการฉายโรงภาพยนตร์ตั้งแต่แรก แต่เป็นการทำฉายทางโทรทัศน์ ซึ่งต้องผลิตให้ทันออกอากาศ จึงส่งผลให้การทำการเคลื่อนไหวให้ตัวละครมีข้อจำกัดเพื่อให้ทันกับเวลา การเคลื่อนไหวของตัวละครจึงออกมาไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งต่างจากภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องก้านกล้วย ที่มีการวางแผนฉายโรงภาพยนตร์ตั้งแต่ต้น ทำให้มีเวลาผลิตที่ยาวนานกว่า การทำการเคลื่อนไหวของตัวละครจึงมีความสมจริงกว่ามาก ตัวละครดูมีชีวิตเป็นของตัวเอง ไม่ได้เหมือนถูกบังคับให้เคลื่อนไหว ซึ่งทำออกมาได้สวยงามสมจริงดูเป็นธรรมชาติ อย่างไรก็ตามการออกแบบการเคลื่อนไหวของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยยังเน้นความสมจริงมากจนเกินไป เช่นเรื่องก้านกล้วย ซึ่งการออกแบบตัวละครมีลักษณะและสัดส่วนแบบการ์ตูน ซึ่งต่างจากเรื่อง 9 ศาสดา ซึ่งเป็นแอนิเมชันที่มีการออกแบบตัวละคร ให้มีสัดส่วนแบบมนุษย์ เพราะฉะนั้นในเรื่องก้านกล้วย การออกแบบการเคลื่อนไหวของตัวละครควรมีหลัก Exaggeration หลักของความเกินจริง หมายถึงอาการของ reaction ที่เกิดขึ้นมากเกินไปปกติ ตามแนวคิด หลักพื้นฐาน 12 ข้อสำหรับสร้างแอนิเมชัน เพื่อให้ผู้ชมได้รรถรสในการรับชมการเคลื่อนไหวของตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ดูสนุก เกินจริงกว่าภาพยนตร์ที่ใช้คนแสดง การออกแบบมุกตลก โดยส่วนใหญ่ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยทั้ง 3 ยุค การออกแบบมุกตลก จะออกแบบตามเนื้อเรื่อง โดยเน้นการสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกกับผู้ชม โดยบางฉากการออกแบบมุกตลกได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ต่างประเทศที่ผู้กำกับมีความชื่นชอบ แต่การนำมาใช้ควรคำนึงถึง

ปัญหาที่จะเกิดขึ้น ดังตัวอย่างจากผู้กำกับบางท่าน ที่มีการนำมุกล้อแบบภาพยนตร์ เรื่อง “James Bond 007 Casino Royale” ที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวเร็วๆ ในฉากต่อสู้ มาใช้ในงาน ซึ่งตอนเช้าภาพก่อนนำไปฉายในโรงภาพยนตร์ ผู้กำกับดูในจอทีวี 65 นิ้ว ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าจอภาพยนตร์เป็นอย่างมาก ทำให้ไม่พบปัญหา แต่พอไปดูในโรงภาพยนตร์ กลับทำให้รู้สึกเวียนหัว เพราะวากล้อเคลื่อนไหวในจอภาพใหญ่ๆ ทำให้สายตา ซึ่งจุดนี้ควรต้องระวัง การออกแบบดนตรีและเสียงประกอบ มีการเลือกเสียงดนตรีประกอบให้เข้ากับการดำเนินเรื่อง และฉากต่างๆ ได้ดี นอกจากนี้ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยทั้ง 3 ยุค จะมีการใช้เสียงบรรยายช่วยสรุปเรื่องราวโดยเร็วผ่านการใช้เสียงบรรยาย เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาภาพยนตร์โดยเร็วแทนภาพเคลื่อนไหว ส่วนหนึ่งเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต และช่วยลดเวลาในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

พบว่าภาพยนตร์แอนิเมชันไทยได้มีการพัฒนาทางด้านศิลปะในทุกๆ ด้าน เช่น การออกแบบตัวละคร การออกแบบฉาก การทำการเคลื่อนไหวให้กับตัวละคร เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า บุคลากรของไทยมีคุณภาพและมีผลงานเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ แต่ยังขาดทุนในการดำเนินการรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังและควรเปิดกว้างทางด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ การนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยต้องมีการประยุกต์ให้มีความทันสมัย

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) บุคลากรของไทยมีคุณภาพและมีผลงานเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ แต่ยังขาดทุนในการดำเนินการ รัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง
- 2) ควรสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมแต่ต้องมีความทันสมัย เป็นสากล ไม่ควรใช้ความเป็นไทยมาตีกรอบหรือยึดเป็นเนื้อเรื่องหลักมากเกินไป
- 3) ควรส่งเสริมทางด้านวรรณกรรมให้คนไทยเกิดความรักในการอ่านและเขียน เพื่อสร้างบุคลากรในการสร้างสรรค์วรรณกรรมเพื่อต่อยอดมาเป็นบทภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดีในอนาคต
- 4) ภาคการศึกษาควรร่วมมือกับภาคผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงตามความต้องการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย
- 5) ควรมีการจัดอบรมสัมมนาเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในงานแอนิเมชัน หรือการแลกเปลี่ยนบุคลากรในงานด้านต่างๆ เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อการพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยภายนอก เช่น การตลาด หรือการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่มีผลต่อการพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทย
- 2) นอกจากการศึกษาพัฒนาการศิลปะภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในแง่ของการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันแล้ว ควรศึกษาความคิดเห็นผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เพื่อนำข้อมูลมาส่งเสริมในการผลิตหรือสร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้ตรงกับผู้ชม

เอกสารอ้างอิง

- กรภัทร์ จิตต์จำนง. (2552). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยา เหลียวตระกูล. (2540). พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). เทคโนโลยีมีเดีย. เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2539). *วรรณกรรมวิจารณ์*. นาค.
- ธรรมปณ ลีอานวยโชค. (2550). *Intro to animation: แอนิเมชันเบื้องต้น*. ฐานบุ๊คส์.
- เมทินี สิงห์เวชกุล. (2548). *การพัฒนาระบบการการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก* วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภากรณ์ อรุณปลอด, พงษ์ธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, นพดล อินทร์จันทร์ และ จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า. (2561). ภาพยนตร์แอนิเมชัน
กรณีศึกษาภาพยนตร์การ์ตูน 3 มิติของไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(1), 180-187.
- วิสิฐ จันมา, จิรวัฒน์ พิระสันต์, รัฐพล ไชยรัตน์ และ ศุภกร สุวรรณวัจน์. (2561). การพัฒนาระบบการออกแบบภาพยนตร์การ์ตูน
แอนิเมชันที่มีอัตลักษณ์ศิลปกรรมไทยร่วมสมัย. *วารสารวิชาการศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(1),
140-151.
- อนุชา เสรีสุชาติ. (2548). การบริหารการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน. *วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 6(1), 180-187.
- Hurtik, E. & Yarber, R. (1971). *An introduction to drama and criticism*. Xerox College Publishing.
- Lea Milic, Yasmin McConville. (2006). *The Animation Producer's Handbook*
- Lee Amnuaychok, T. (2007). *Intro to animation*. Bangkok: Than Books. Crows Nest, N.S.W. : Allen & Unwin.
- Legend of Animation. “การ์ตูนไทยสายพันธุ์ใหม่” นิตยสาร @nime. (ฉบับที่1) ผู้จัดการออนไลน์. วันที่ 11/5/47
- MGR Online. (2019, August 18). *ขาลงแอนิเมชันไทย อยากรอด อย่าควักทุนทำหนัง*. MGR Online. [https://mgronline.com/
live/detail/9560000102016](https://mgronline.com/live/detail/9560000102016)
- Muller Gilbert h. Williams John a. (1985). *introduction to Literature*. McGraw-Hill Co.
- Silpa-mag.com. (2020, December 16). *ผ่าโลกอนิเมะญี่ปุ่น จากเครื่องมือรัฐยุคสงคราม ถึงยุคทอง และการต่อสู้เพื่อพื้นที่ยืน*.
Silpa-mag.com. https://www.silpa-mag.com/culture/article_35981
- Swain, D. V. (1982). *Film scripting: A practical manual*. Jodan Hill, Focal Press.

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น
ผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก
SOCIAL MEDIA MARKETING AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE AFFECTING
FASHION PRODUCTS PURCHASE DECISION THROUGH FACEBOOK LIVE
OF CUSTOMERS IN PHITSANULOK

ศศิวิมล ขำโอด¹ ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ² และ ประสทธิชัย นรากรณ์³

Sasiwimol Khamoad, Tummatinna Seesupan and Prasittichai Narakorn

Article History

Received: 30-08-2021; Revised: 11-10-2021; Accepted: 02-02-2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ 1 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก คือ ด้านความบันเทิง ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก และด้านความไว้วางใจ โดยสามารถรวมพหุการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 50.60 ($R^2=0.506$) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ โดยสามารถรวมพหุการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 66.50 ($R^2=0.665$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์; การยอมรับเทคโนโลยี; การตัดสินใจซื้อ

¹ สาขาวิชาการจัดการประยุกต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Program in Applied Management, Faculty Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Email: sasiwimon.kha@psru.ac.th *Corresponding author

ABSTRACT

The purposes of this research were to study social media marketing and technology acceptance affecting fashion product purchase decisions through the Facebook live of customers in Phitsanulok. A questionnaire was used to collect data from 385 samples in Phitsanulok with purposive sampling and accidental sampling. The statistics used for data analysis were percentage, mean, and standard deviation, and testing of the hypothesis was conducted by using multiple regression analysis.

The findings of the research showed that:

The majority of participants were female 20-29 years of age, most of them received bachelor's degrees and worked in private companies, with an average monthly income between 10,001-20,000 bath. Frequency of buying fashion products through Facebook Live 1time per month.

The results of the hypothesis showed that factors of social media marketing affecting fashion product purchase decisions through Facebook live of customers in Phitsanulok were entertainment, customization, word of mouth, and trust with 50.60 percent of prediction ability and factor of technology acceptance affecting fashion product's purchase decision through Facebook live of customers in Phitsanulok were perceived compatibility, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived financial resources and perceived trust with 66.50 percent of prediction ability at 0.05.

Keywords: Social Media Marketing; Technology Acceptance; Purchase Decision

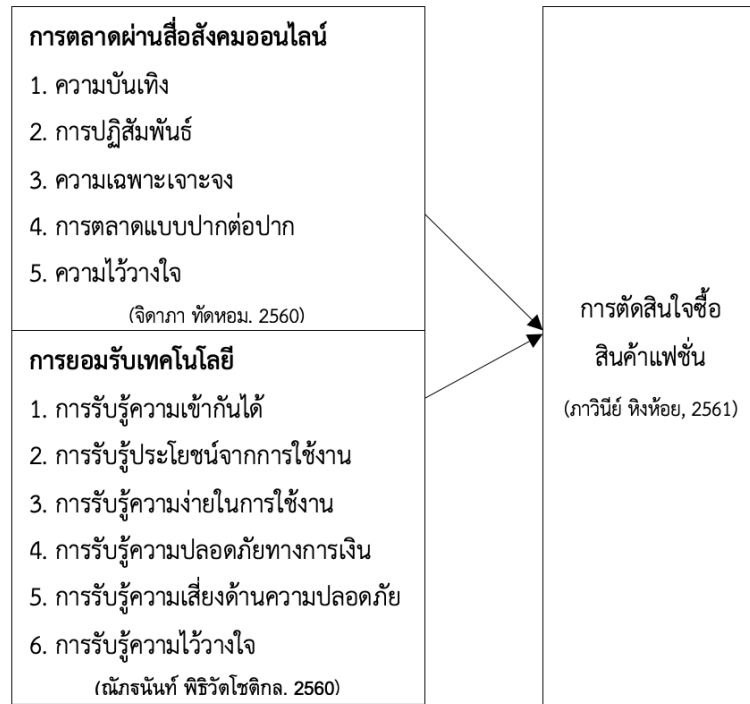
1. บทนำ

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อุปกรณ์เครื่องใช้ในการดำรงชีวิตในปัจจุบันล้วนมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิต ที่ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สังเกตได้จากที่ผู้คนต่างมีการยอมรับเทคโนโลยี และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป รวมถึงเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพบว่า ในปี 2562 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงถึง 50.1 ล้านคน และมีจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย วันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที โดยช่องทางที่ใช้ในการทำกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็น 95.3% เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เช่น พูดคุย ชมการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์ และซื้อขายสินค้า (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ซึ่งกิจกรรมหลักในด้านการทำธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากอยู่ในขณะนี้ คือ การซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางที่เรียกว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้ โดยผลการสำรวจมูลค่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี 2562 มีมูลค่าประมาณ 4.02 ล้านล้านบาท ซึ่งประเมินว่าอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีการเติบโตสูงแบบก้าวกระโดด ซึ่งสินค้าที่นิยมซื้อขายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ คือ

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



4. ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google forms) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (จิตาภา ทัดหอม, 2560) การยอมรับเทคโนโลยี (ณัฏฐนันท์ พิธีวัชโรติกุล, 2560) และการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (ภาวินีย์ หิงห้อย, 2561) โดยมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม คือเป็นผู้ที่มีการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ดังนี้ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์ IOC (Item-Objective Congruence Index) ถ้ามีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตามวัตถุประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหา (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) โดยการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) หากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ (Nunnally, 1978) โดยการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.991

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ระดับความคิดเห็นของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการ

ยอมรับเทคโนโลยี ในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง จะใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยทั้ง 2 ข้อ ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 5 ด้าน และการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 6 ด้าน กับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตด้านเนื้อหา ในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความบันเทิง ด้านการปฏิสัมพันธ์ ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก ด้านความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ ในจังหวัดพิษณุโลก ที่มีลักษณะไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ในจังหวัดพิษณุโลก ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ W.G.Cochran ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

5. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 78.40 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และมีความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

2. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ความบันเทิง (ENT)	3.90	0.64	มาก
2.การปฏิสัมพันธ์ (INT)	3.83	0.61	มาก
3.ความเฉพาะเจาะจง (CUS)	3.87	0.61	มาก
4.การตลาดแบบปากต่อปาก(WOM)	3.82	0.62	มาก
5. ความไว้วางใจ (TRUST)	3.78	0.60	มาก
รวม	3.84	0.51	มาก

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความบันเทิง ($\bar{X} = 3.90$) ด้านความเฉพาะเจาะจง ($\bar{X} = 3.87$) ด้านการปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.83$) ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก ($\bar{X} = 3.82$) และด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.78$) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. การยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 2

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับรู้ความเข้ากันได้ (PC)	3.80	0.71	มาก
2. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (PU)	3.92	0.66	มาก
3. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)			
4. การรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน (PFR)	3.78	0.68	มาก
5. การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (PSR)			
6. การรับรู้ความไว้วางใจ (PT)	3.80	0.66	มาก
	3.69	0.74	มาก
	3.75	0.64	มาก
รวม	3.79	0.58	มาก

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี 6 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.92$) ด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน ($\bar{X} = 3.80$) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.78$) ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.75$) และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.69$) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

4. การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 3

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะคุ้มค่า	3.87	0.82	มาก
2. เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะอยากทดลองใช้			
3. เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะคำแนะนำจากบุคคลอื่น	3.91	0.77	มาก
4. เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต			
5. ก่อนตัดสินใจซื้อผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ท่านมีเปรียบเทียบข้อมูลอยู่เสมอ	3.70	0.86	มาก
6. ท่านมีการรับฟังความคิดเห็นของคนรอบข้างก่อนการตัดสินใจซื้อ			
7. ท่านคิดว่าสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์สามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.99	0.83	มาก
8. ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างเต็มใจ			
9. ในอนาคตท่านจะซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ต่อไป	3.90	0.79	มาก
10. ท่านจะแนะนำการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ให้กับคนอื่นต่อไป			
	3.88	0.85	มาก
	3.91	0.82	มาก
	3.99	0.82	มาก
	3.90	0.85	มาก
	3.87	0.86	มาก
รวม	3.89	0.58	มาก

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.99$) ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างเต็มใจ ($\bar{X} = 3.99$) เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะอยากทดลองใช้ ($\bar{X} = 3.91$) ท่านคิดว่าสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์สามารถเลือกซื้อได้ง่าย ($\bar{X} = 3.91$) ก่อนตัดสินใจซื้อผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ท่านมีเปรียบเทียบข้อมูลอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.90$) ในอนาคตท่านจะซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ต่อไป ($\bar{X} = 3.90$) ท่านมีการรับฟังความคิดเห็นของคนรอบข้างก่อนการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.88$) เลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.87$) ท่านจะแนะนำการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ให้กับคนอื่นต่อไป ($\bar{X} = 3.87$) และเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพราะคำแนะนำจากบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.70$) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

5. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	β	SE	Beta	t-value	Sig
ค่าคงที่	.860	.158		5.449	.000
ENT	.174	.049	.191	3.584	.000*
INT	.057	.049	.060	1.166	.244
CUS	.136	.055	.143	2.493	.013*
WOM	.154	.050	.166	3.109	.002*
TRUST	.270	.054	.281	4.981	.000*

R=0.712, R²=0.506, SEE=0.409
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ สรุปได้ว่าปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นตัวแปรต้นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก คือ ด้านความบันเทิง ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก และด้านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 5

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	β	SE	Beta	t-value	Sig
ค่าคงที่	.733	.118		6.194	.000
PC	.130	.040	.159	3.257	.001*
PU	.201	.044	.229	4.625	.000*
PEOU	.106	.046	.124	2.312	.021*
PFR	.119	.044	.135	2.701	.007*
PSR	.044	.039	.056	1.132	.258
PT	.231	.046	.254	5.010	.000*

R=0.815, R²=0.665, SEE=0.338
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ สรุปได้ว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่เป็นตัวแปรต้นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก คือ ด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. อภิปรายผล

การศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปประเด็นสำคัญและนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานที่ 1 การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านความบันเทิง ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก และด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก โดยมีค่าพยากรณ์ได้ร้อยละ 50.60 สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่าปัจจัยด้านความบันเทิง ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก และด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้ เนื่องจากการขายสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินขณะที่รับชมการถ่ายทอดสดเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ และสินค้าแฟชั่นที่ขายผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์มีความโดดเด่น และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันการขายสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์มีการบอกต่อกันแบบปากต่อปากจำนวนมาก และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่น เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายอีกช่องทางหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นตัวอย่างและลักษณะของสินค้าจริง อีกทั้งร้านค้ายังสามารถสาธิตและอธิบายวิธีการใช้งาน ซึ่งจะเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารมี รอดกลิ่น (2562) ที่พบว่า ปัจจัยการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ปิ่นเจริญ (2558) ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความบันเทิง ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านกระแสนิยม ด้านความเฉพาะเจาะจง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องงานวิจัยของกับ กนกวรรณ สันธิโร (2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทางวิดีโอออนไลน์ และด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Apple Watch ของผู้ใช้ระบบ ios ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน และการรับรู้ความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก โดยมีค่าพยากรณ์ได้ร้อยละ 66.50 สามารถสรุปการอภิปรายผล ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน และการรับรู้ความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้ เนื่องจากการขายสินค้าแฟชั่นผ่าน

ช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์นั้น สามารถเข้าถึงได้ง่ายและตรงกับวิถีการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อสินค้า ทำให้เกิดทางเลือกและสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าได้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลสินค้าได้ง่าย เข้าถึงได้ตลอดเวลา และเข้าใจขั้นตอนต่างๆ ในการซื้อสินค้าได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้ อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการรับรู้และเข้าใจถึงการทำธุรกรรมทางการเงิน และมีการยอมรับค่าธรรมเนียมและการขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุธาสิณี ตูลานนท์ (2562) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภาวินีย์ หิงห้อย (2561) ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้านบน Facebook และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล (2560) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือถือด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) จากผลการศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ด้านความบันเทิง ด้านความเฉพาะเจาะจง ด้านการตลาดแบบปากต่อปาก และด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ ทั้งนี้ เนื่องจากการสร้างเนื้อหาที่มีความบันเทิงผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ถือเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เกิดความสนใจ และช่วยสร้างความเชื่อมั่นเพื่อก่อให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความหลากหลายและเปลี่ยนไปตามช่วงเวลา ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเข้าใจความต้องการและปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ และควรนำเสนอสินค้าให้มีความน่าสนใจ สนุกสนาน โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์ร่วมที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ สร้างเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างการเข้าถึงผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคยังสามารถบอกต่อข้อมูลหรือเนื้อหาไปยังคนอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ อาจเป็นการสร้างกิจกรรมต่างๆ ผ่านการนำเสนอเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และมีการแชร์บอกต่อกันปากต่อปาก อีกทั้งผู้ประกอบการควรมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าให้เป็นความลับ การสร้างเนื้อหาผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ควรมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ต่อการบริการลูกค้าตลอดเวลา

2) จากผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ด้านการรับรู้ความเข้าใจได้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความปลอดภัยทางการเงิน และด้านการรับรู้ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงร้านค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งคุณภาพของระบบการให้บริการยังถือเป็นหัวใจสำคัญของการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ เช่น การสนทนา การให้ข้อมูล และการรับคำติชมจากผู้บริโภคถือเป็นการเพิ่มคุณภาพการให้บริการ และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคถึงการบริการที่ดีของร้านค้าได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์เท่านั้น แต่ปัจจุบันมีช่องทางการนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งอาจมีกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน จึงควรศึกษาในเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์

ประเภทอื่นเพิ่ม เช่น ไลน์ อินตราแกรม (Instagram) ช้อปปี้ (Shopee) ลาซาด้า (Lazada) และติ๊กต็อก (Tiktok) เพื่อทำการเปรียบเทียบประเภทของเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากที่สุด

2) เนื่องจากการศึกษารั้ครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลกเท่านั้น จึงควรศึกษาในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่นที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ สันธิโร. (2559). การตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Apple watch ของผู้ใช้ระบบ ios ในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตาภา ทัดหอม. (2560). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐิติรัตน์ จันทโน. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณค่าของช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5). สุวีริยาสาส์น.
- ปารมี รอดกลิ่น. (2562). ปัจจัยส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคในประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภาวินัย หิงห้อย. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบนเฟซบุ๊ก. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ. (2563, 4 สิงหาคม). เริ่มต้นทำโฆษณาใน Facebook อย่างง่าย. prachachat. <https://www.prachachat.net/ict/news-531089>.
- สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก. (2563, 2 สิงหาคม). รายงานประจำปีจังหวัดพิษณุโลก ประจำปี 2562. http://www.phitsanulok.go.th/yuthasat/province_report62.pdf
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562, 8 สิงหาคม). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. <https://www.etda.or.th/th/Useful/Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562, 5 สิงหาคม). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2562. <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Value-of-e-Commerce-Survey-in-Thailand-2019.aspx>

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563, 1 สิงหาคม). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>
- สิริเรศ ศิราภานต์. (2563, 3 สิงหาคม). FACEBOOK LIVE คืออะไร? พร้อมเคล็ดลับในใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด. <https://www.zcooby.com/facebook-live-tips-for-maximum-benefit/>
- สุธาสนิ ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุภาวดี ปิ่นเจริญ. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์นอาหาร ผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do Social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(2), 1480-1486.
- Chu, A. Z-C., & Chu, R, J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel Industry in Taiwan-technology acceptance model analysis . *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1163-1179.
- Bangkok Bank SME. (2563, 5 สิงหาคม). ปรับตัวอย่างไร ถ้าการทำธุรกิจบน Facebook นั้นไม่ถนัดอีกแล้ว. <https://www.bangkokbanksme.com/en/how-to-adjust-if-not-doing-business-on-facebook>
- Brand Buffet. (2563, 8 สิงหาคม). “สอบผ่าน” อีกราย Facebook เปิดผลประกอบการ Q1 รายได้พุ่ง 17% ผู้ใช้แตะ 2,600 คน <https://www.brandbuffet.in.th/2020/04/facebook-q1-2020-earning-covid19/>
- Davis, F. D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models [Electronics version]. *Journal of Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Ooi, K.B., & Tan, G.W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using Mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59(3), 33-46.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed). New Jersey Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Chang, S.E., Liu, A.Y., & Shen, W.C.. (2017). *User trust in social networking services : A comparison of Facebook and LinkedIn*. Computer in Human Behaviour.
- Yang Ying. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คุณลักษณะของศิลปินเกาหลีและเนื้อหาจากรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินของประเทศเกาหลีใต้

CHARACTERISTICS OF KOREAN ARTIST AND CONTENT FROM SOUTH KOREAN SURVIVAL REALITY PROGRAM

สุธาวี ไพบูลย์¹ และ ปอรัชฌ์ ยอดเนร²

Sutavee Paiboon and Paonrach Yodnane

Article History

Received: 02-09-2021; Revised: 22-10-2021; Accepted: 31-12-2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหาจากรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินของประเทศเกาหลีใต้ และ 2) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของศิลปินเกาหลีใต้โดยวิเคราะห์เนื้อหาและคุณลักษณะของผู้ชนะที่ได้รับการคัดเลือกเป็นศิลปินจากรายการโปรดิวซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 โปรดิวซ์ 101 ฤดูกาลที่ 2 และโปรดิวซ์ 48 ก่อนนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ขั้นตอนการสร้างศิลปินมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ การทดสอบระดับทักษะ การแข่งขันแบบกลุ่ม การแข่งขันตามตำแหน่ง การประเมินแนวคิด และการประเมินเพลงเดบิวต์
2. การเล่าเรื่องของทั้ง 3 ฤดูกาล แบ่งเนื้อหาการออกเป็น 7 ช่วง ได้แก่ 1) การเปิดตัวหรือเปิดเรื่อง 2) การสร้างเรื่องราว 3) การแสดงเพลงและทำภารกิจ 4) การเรียนและการซ้อม 5) การประกาศภารกิจหรือประกาศผลคะแนน 6) กิจกรรมพิเศษ และ 7) เบื้องหลัง รสที่เกิดขึ้นในรายการมีทั้งหมด 8 รส ได้แก่ ความรัก ความสนุก ความพยายาม ความสงสาร ความแปลกใจ ความโกรธ ความกลัว และรสที่พบแต่ไม่อยู่ในทฤษฎีสและภาวะ คือ ความเครียด
3. คุณลักษณะของศิลปินเกาหลีใต้ได้แก่ มีรูปร่างหน้าตา ภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดี มีความสามารถในการเต้นควบคู่กับการร้องเพลง มีท่าเต้นที่พร้อมเพรียงและการแสดงที่เป็นมืออาชีพ มีทักษะการแสดงสีหน้าท่าทางตามอารมณ์เพลง มีความมุ่งมั่นและแรงจูงใจ มีความเพียรพยายาม มีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบ รวมทั้งมีทักษะพิเศษ

คำสำคัญ: รายการเรียลลิตี; ศิลปินเกาหลี; คุณลักษณะของศิลปิน; ประเทศเกาหลีใต้

¹ นิสิตระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Master's Degree, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn university

Email: sutaveekpai@gmail.com *Corresponding Author

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ภาควิชาวาทยกรรมและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Advisor, Department of Speech Communication and Performing Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn university

ABSTRACT

This research objectives are to analyze the content of South Korean Survival Reality Programs and to investigate the characteristics of Korean artists by analyzing the content and characteristics of winners from South Korean Survival Reality Programs; Produce 101 Season 1 Season 2 and Produce 48. Consequently, all the data is thoroughly analyzed qualitatively.

The results of the qualitative data analyses demonstrated as follows;

(1) There are five missions in the three programs as follows; Level test, Group battle, Position battle, Concept evaluation, and Debut song evaluation.

(2) The three programs story sharing is classified into 7 parts as follows; Opening/Introduction, Storytelling, Concert/Performance, Class and Practice, Mission announcement/Result announcement, Special activities, and Behind the scenes. Each particular part results in different Rasa, emotional states of mind. There are seven emotions found as follows; love/satisfaction, joy/laughter, heroism/courage, sorrow/sympathy, surprise/wonder, anger/frustration, and fear/excitement. However, there is an additional emotional state of mind; stress/pressure occurred which is excluded from the Rasa theory.

(3) Characteristics of Korean artists are attractive physical appearance and impressive images with positive attitudes including the ability to sing and synchronize dances simultaneously and professionally. Furthermore, the ability to express facial emotions according to musical interpretation is required. Additionally, they have to be determined, motivated, persevered, and self-disciplined with responsibility including special talents.

Keywords: Reality Program; Korean artist; Characteristics of artist; South Korea

1. บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ได้เข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงจากยุคของการฟังเทป ซีดี มาจนถึงการฟังผ่านระบบออนไลน์สตรีมมิ่ง และนอกจากการเปลี่ยนรูปแบบการฟังเพลงแล้วยังทำให้ผู้บริโภคเพลงมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นเข้าถึงสื่อบันเทิงจากประเทศต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่นเดียวกับวัฒนธรรมเพลงเคป็อปจากประเทศเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา โดยมีจุดเริ่มต้นจากการส่งออกซีรีส์ต่าง ๆ จนเริ่มได้รับความนิยมและขยายอิทธิพลไปในประเทศต่าง ๆ แถบเอเชียและทั่วโลกและมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มาจนถึงทุกวันนี้ ต่อด้วยการเกิดขึ้นของกระแสเพลงเคป็อป ที่สร้างรายได้มหาศาลให้ธุรกิจเพลงของประเทศเกาหลีใต้เติบโตอย่างต่อเนื่อง จนไปถึงระดับโลกอย่างทุกวันนี้

เพลงเคป็อปมีเอกลักษณ์อยู่ที่เป็นเพลงที่มีความผสมผสานกันของดนตรีหลายแนวในเพลงเดียวกัน และความน่าสนใจของการแสดงท่าเต้นประกอบเพลงที่สวยงาม มีความพร้อมเพรียงกัน ศิลปินหรือที่เรียกว่า ไอดอล ก็มีความโดดเด่นและแตกต่างจากศิลปินทั่วไป ที่นอกจากจะมีความสามารถด้านการร้องและเต้นที่ดีแล้ว ยังมีรูปร่างหน้าตาที่ดูดีสวยงาม ยังต้องมีภาพลักษณ์และพฤติกรรมที่ดีเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีของสังคมด้วย ซึ่งทั้งหมดเกิดมาจากการสร้างศิลปินผ่านระบบเด็กฝึกหัด ที่แต่ละค่ายเพลงจะทำการคัดเลือกคนที่มีความสามารถและมีแว่ความเป็นศิลปินมาฝึกความสามารถและทักษะต่าง ๆ ตามมาตรฐานของแต่ละค่าย เพื่อสร้างให้เป็นศิลปินที่มีคุณภาพ การสร้างศิลปินเกาหลีแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนานและใช้งบประมาณในการลงทุน ทำให้การแข่งขัน

ในวงการนี้สูงมาก และด้วยความนิยมของเคป๊อปที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้การเป็นศิลปินเคป๊อปกลายมาเป็นความฝันของเด็กวัยรุ่นเกาหลีและต่างชาติจำนวนมาก ทำให้มีเด็กฝึกหัดในระบบเป็นจำนวนมาก นอกจากกระบวนการสร้างศิลปินแล้วแต่ละค่ายเพลงจึงพยายามหาแนวทางในการสร้างความนิยมให้ศิลปิน ทำให้เกิดรายการประเภทไอดอลเซอร์ไวเวอร์ (Idol Survival Program) ขึ้นมา ซึ่งรายการประเภทนี้ในยุคแรกจะเป็นรูปแบบที่ค่ายเพลงเป็นคนสร้างรายการขึ้นมา มีเป้าหมายเพื่อใช้เปิดตัวเด็กฝึกหัดที่ผ่านการคัดเลือกมาระดับหนึ่งแล้วให้เป็นที่รู้จักผ่านทางรายการ ซึ่งแตกต่างจากรายการประเภทไอดอลเซอร์ไวเวอร์แบบใหม่ได้เปลี่ยนรูปแบบจากเดิมที่ค่ายเพลงเป็นคนสร้างรายการมาเป็นรายการที่สร้างโดยสถานีโทรทัศน์ และผู้เข้าแข่งขันคือเด็กฝึกหัดจากค่ายที่หลากหลาย มีเป้าหมายเพื่อคัดเลือกและสร้างวงที่มาจากความร่วมมือของเด็กฝึกหัดจากค่ายเพลงที่ต่างกัน ซึ่งรายการโปรดิวซ์ 101 (Produce 101) ที่สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของรายการไอดอลเซอร์ไวเวอร์แบบใหม่ดังกล่าว เกิดขึ้นมาจากการที่ช่องโทรทัศน์เอ็มเน็ต (Mnet) ของประเทศเกาหลีได้ประกาศว่าจะทำรายการเพื่อคัดเลือกเด็กฝึกหัดหญิง 11 คนจากทั้งหมด 101 คน จากค่ายเพลงต่าง ๆ เพื่อสร้างเป็นกลุ่มศิลปินหญิง โดยมาจากการโหวตเลือกของผู้ชมรายการเพื่อสร้างกลุ่มศิลปินแบบที่ผู้ชมต้องการ โดยเด็กฝึกหัดทั้งหมดจะได้แสดงความสามารถผ่านการแข่งขันภารกิจต่าง ๆ ในรายการ เพื่อให้ได้รับคะแนนโหวตจนได้รับเลือกเป็นสมาชิกในวง ซึ่งรายการรวมถึงวงที่เกิดขึ้นจากรายการก็ได้รับผลตอบรับที่ดีและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากทำให้มีการสร้างรายการขึ้นในฤดูกาลที่ 2 ซึ่งเป็นการสร้างกลุ่มศิลปินชายและฤดูกาลที่ 3 โดยมีชื่อรายการว่าโปรดิวซ์ 48 (Produce 48) ซึ่งเป็นการสร้างกลุ่มศิลปินหญิงที่น่าเด็กฝึกหัดจากประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นมารวมกัน จากความสำเร็จของทั้ง 3 ฤดูกาลที่ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของรายการที่เริ่มการสร้างกลุ่มศิลปินที่มาจากผู้นำเด็กฝึกหัดหลายค่ายเพลงมารวมกัน และผู้ชนะจากรายการล้วนได้รับความนิยมและทำรายได้จำนวนมาก

จากตัวอย่างความสำเร็จของรายการนี้จึงเป็นที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะนำรายการนี้มาเป็นตัวอย่างในการศึกษาและวิเคราะห์ระบบการสร้างศิลปินของประเทศเกาหลีได้ที่ถูกจำลองให้เห็นภายในรายการ โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการ รวมทั้งลักษณะของผู้ชนะที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นศิลปินในแต่ละฤดูกาล เพื่อให้เห็นแนวทางการสร้างและคุณลักษณะของศิลปินเกาหลี และหาจุดเชื่อมโยงในการนำมาประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางในการสร้างหรือพัฒนาศิลปินไทยในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินของประเทศเกาหลีได้
2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของการเป็นศิลปินเกาหลี

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดกระแสวัฒนธรรมเกาหลี กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) หรือ กระแสฮัลลยู (Hallyu) หมายถึง การบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมความบันเทิงของประเทศเกาหลีได้ เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง เกม หรือการ์ตูนแอนิเมชัน ซึ่งนำไปสู่การบริโภควัฒนธรรมเกาหลีผ่านธุรกิจรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยว อาหาร และความสวยงามงาม ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกในขณะนี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจของประเทศเกาหลีที่ต้องการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์และแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ส่งออกวัฒนธรรม จึงสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมกระแสนิยมของประเทศเกาหลีได้ขึ้นมา โดยพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและส่งเสริมวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop Culture) อาศัยความร่วมมือของทั้งภาครัฐและเอกชนในการวางแผน กำหนดนโยบาย สนับสนุนเงินทุนพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้และพัฒนาเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าทันสมัย สร้างผลผลิตทางวัฒนธรรมและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศ (บัญชา ธนบุญสมบัติ, 2559) เริ่มจากการส่งออกละครทีวีหรือซีรีส์เกาหลี (K-Dramas) ไปยังตลาดคนดูชาวเอเชีย เมื่อประสบความสำเร็จจึงเริ่มขยายไปสู่การส่งออกเพลงเกาหลีจนเกิดเป็นกระแสเพลงเคป๊อป (K-Pop) ที่มีจุดเด่นอยู่ที่ทำนองที่สวยงาม แข็งแรง พร้อม

เพรียง รวมทั้งตัวศิลปินหรือที่เรียกว่าไอดอลเกาหลี (K-Pop Idol) ที่นอกจากมีความสามารถด้านการร้องการเต้นที่สมบูรณ์แบบซึ่งมาพร้อมกับรูปร่างหน้าตาที่ดีแล้ว ยังต้องมีพฤติกรรมและภาพลักษณ์ที่ดีที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีได้ด้วย เบื้องหลังความสำเร็จของเคป็อปก็เกิดขึ้นจากการคิดและวางแผนมาอย่างดีเช่นกัน เนื่องจากการสร้างศิลปินเกาหลีเกิดจากการมีระบบเด็กฝึกหัดที่มีการคัดเลือกพัฒนา และประเมินความสามารถของคนที่เข้ามาเป็นศิลปินตามกระบวนการขั้นตอนที่กำหนดไว้เพื่อสร้างให้เป็นศิลปินที่มีคุณภาพและมีความเป็นมืออาชีพ (Hong, 2557)

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวเกาหลีได้ จากเอกสารของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ศูนย์เกาหลีศึกษา (ม.ป.ป.) อธิบายว่า ลักษณะนิสัยของคนเกาหลี คือ มีวินัยในตัวเองสูง สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี ชอบการแข่งขัน มีความพยายามไม่ย่อท้อ เป็นคนมีน้ำใจ ชอบความตลก รักการเต้นและเสียงเพลง รักชาติบ้านเมือง กตัญญูต่อพ่อแม่ และให้ความสำคัญกับการศึกษา เพราะถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ชีวิตเจริญก้าวหน้า นอกจากนั้นลักษณะทางพฤติกรรมและสังคมที่เห็นได้จากแง่มุมต่าง ๆ จากจินตนา พุทธเมตตา (2548) และ ปาจริย จิงประเสริฐกุล (2558: 124-125) ได้แก่ การให้ความสำคัญกับระบบอาวุโส การมีมารยาทและการวางตัว การมีระดับของภาษาที่ใช้ตามบริบทสถานการณ์และคู่สนทนา การรักในสถาบันการศึกษาและบริษัท ความเป็นหมู่เหล่าที่ทำให้คนเกาหลีมีความเฉยเมยต่อชาวต่างชาติเพราะถือว่าไม่ได้อยู่ในกลุ่มเดียวกันกับตน ความเป็นชาตินิยม ความเป็นนักการศึกษาอย่างถ่องแท้ ที่เวลาจะศึกษาเรื่องใดมักจะใช้เวลาและทำความเข้าใจจนถึงแก่นแท้ ความทุ่มเทให้กับงานทำงานหนักอย่างจริงจัง การรู้จักหน้าที่ของตนเองและทำหน้าที่อย่างเต็มที่ และการทำอะไรอย่างรวดเร็วเพราะพื้นฐานคนเกาหลีเป็นคนใจร้อน ชอบทำอะไรอย่างรวดเร็วแข่งกับเวลาเสมอ ซึ่งลักษณะเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศเกาหลีได้พัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมจนมีความเจริญมาจนถึงปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับรายการเรียลลิตี สุข หินวิมานและคณะ (2557) ได้กล่าวถึง รายการเรียลลิตี (Reality TV) ไว้ว่า เป็นรูปแบบรายการที่ใช้ความเป็นปฏุชนคนธรรมดาแสดงความสมจริง (reality) ซึ่งเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากรายการประเภทอื่น ๆ คือการลบภาพมายาหรือการเป็นสิ่งประกอบสร้างต่าง ๆ ออกจากความรู้สึกของผู้ชมให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อว่าเหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้นจริง มีจุดประสงค์ในการตามดูชีวิตคนที่แสดงออกมาในรายการ ซึ่งรายการเรียลลิตีสามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ตามรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้ (คมสัน รัตนเสียมกุล, 2555) ได้สรุปไว้ ดังนี้ 1) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทกึ่งสารคดี 2) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทอยู่ในสภาพแวดล้อมพิเศษ 3) รายการเรียลลิตีโชว์ของดารา คนดัง 4) รายการเรียลลิตีโชว์ของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 5) รายการเรียลลิตีเกมโชว์ 6) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทแข่งขันเพื่อเข้าสู่อาชีพ 7) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทปรับเปลี่ยนบุคลิก 8) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทซ่อนกล้อง (Hidden Camera) และ 9) รายการเรียลลิตีโชว์ประเภทค้นหาตัวจริง ทฤษฎีรสและภาวะ กุสุมา รักขมณี (2549) ได้อธิบาย ทฤษฎีรสของสันสกฤตไว้ว่า “ไม่มีเนื้อหาใดที่ปราศจากรส” (ร้อยแก้วหลังโคลก บทที่ 34 ตอนที่ 6) กล่าวคือ ผู้ชมจะไม่ยอมรับละครเรื่องนั้นหากไม่ก่อให้เกิดรสหรือปฏิกิริยาทางอารมณ์แก่ผู้ชม ดังนั้นในการละครรส จึงหมายถึง ปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นในใจของผู้ชมเมื่อได้รับรู้อารมณ์ที่นักแสดงถ่ายทอดออกมา เมื่ออารมณ์นั้นกระทบกับใจผู้ชมจึงเกิดการรับรู้ และเกิดปฏิกิริยาทางอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งที่นักแสดงสื่อออกมา ซึ่งเมื่อผู้ชมได้รับรู้ภาวะที่นักแสดงถ่ายทอดออกมาแล้วก็จะเกิดอารมณ์ตอบสนองต่อภาวนั้น เรียกว่า รส มี 9 รส ดังนี้ 1) ศฤงคารรส หมายถึง ความรัก ความพึงพอใจ 2) หาสยรส หมายถึง ความสุข ความตลก ความสนุกสนาน 3) กรุณารส หมายถึง ความสงสาร ความเห็นใจ 4) เราทรรส หมายถึง ความโกรธ ความหงุดหงิด 5) วีรรส หมายถึง ความรู้สึกชื่นชมในความกล้าหาญ หรือความมุ่งมั่นตั้งใจ 6) ภัยานกรส หมายถึง ความหวาดกลัว ความตื่นเต้นตกใจ 7) พิภตตรส หมายถึง ความเกลียด 8) อัทฤตตรส หมายถึง ความแปลกใจประหลาดใจ 9) ศานตรส หมายถึง ความสงบใจ

แนวคิดการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ การเล่าเรื่องหรือนำเสนอเนื้อหาในรายการต่าง ๆ ต้องมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้รายการมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ดังนี้ 1) โครงเรื่อง มีการลำดับเรื่องราวที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวละคร ปมปัญหา หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมีการเริ่มเรื่อง การพัฒนาเหตุการณ์ ขึ้นภาวะวิกฤต ขึ้นภาวะคลี่คลาย และมีการยุติเรื่องราว ตามลำดับ 2) แก่นเรื่อง ที่บอกใจความสำคัญที่ต้องการนำเสนอต่อผู้ชม 3) ความขัดแย้ง ที่ช่วยในการสร้างปมปัญหาและส่งเสริมเรื่องราวให้น่าสนใจ มีทั้งความขัดแย้งภายในจิตใจ ความขัดแย้งระหว่างบุคคล หรือความขัดแย้งระหว่างบุคคลกับสังคม 4) ตัวละคร ที่มีลักษณะ

และบทบาทหน้าที่ต่างกัน 5) ฉาก สถานที่ต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดสถานการณ์ในเรื่อง และ 6) มุมมองการเล่าเรื่อง คือการเล่าเรื่องผ่านสายตาของตัวละครต่าง ๆ มีทั้งการเล่าเรื่องจากมุมมองของบุคคลที่หนึ่ง มุมมองของบุคคลที่สาม และการเล่าจากจุดยืนที่เป็นกลาง (สุภาพรณ วรธนศุภกุล, 2550)

แนวคิดการสร้างตัวละคร ตัวละครเป็นผู้ที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เหตุการณ์เหล่านั้นช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจความรู้สึกและการกระทำของตัวละครได้ การเล่าเรื่องในภาพยนตร์จะใช้การเล่าผ่านตัวละครและเหตุการณ์ สิ่งสำคัญในการสร้างตัวละครคือการทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมไปกับตัวละคร ดังนั้น สิ่งสำคัญสำหรับการสร้างตัวละคร คือการค้นหว่าตัวละครคือใคร มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับใคร จึงต้องแยกส่วนประกอบของชีวิตตัวละครออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เรื่องราวชีวิตภายในของตัวละคร ได้แก่ ประวัติ มุมมอง และทัศนคติของตัวละคร และ 2) เรื่องราวชีวิตภายนอกของตัวละคร ได้แก่ ความต้องการ การกระทำ ความขัดแย้ง การบรรลุเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงของตัวละคร (รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2547)

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรายการ โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 ฤดูกาลที่ 2 และ โปรดิวิซ์ 48 เช่น บทวิเคราะห์หรือบทความ จากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตารางวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ และตารางวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้เข้าแข่งขันในรายการ และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3) เก็บข้อมูลรายการโปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 จำนวน 11 ตอน โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 2 จำนวน 11 ตอน จากช่องทางการเผยแพร่ย้อนหลังผ่านทางแอปพลิเคชัน Line TV และ โปรดิวิซ์ 48 จำนวน 12 ตอน จากช่องทางการเผยแพร่ย้อนหลังผ่านทางแอปพลิเคชัน Viu รวมทั้งสิ้น 34 ตอน จากนั้นบันทึกข้อมูลของเนื้อหาและขั้นตอนที่ใช้ในการคัดเลือกศิลปินรวมทั้งข้อมูลของผู้ชนะที่ได้รับการคัดเลือกเป็นศิลปินจากในรายการลงในตารางเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

4) นำความรู้เกี่ยวกับแนวคิดรายการเรียลลิตี แนวคิดการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ และทฤษฎีสุนทรียภาพ มาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินของประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 2 และ โปรดิวิซ์ 48 และนำแนวคิดวัฒนธรรมของชาวเกาหลีใต้ และแนวคิดการสร้างตัวละคร มาวิเคราะห์คุณลักษณะของศิลปินเกาหลีที่ได้มาจากการคัดเลือกในรายการ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แล้วนำเสนอในรูปแบบพรรณณาวเคราะห์ (Analytic Description)

5) ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินของประเทศเกาหลีใต้ รวมถึงวิเคราะห์คุณลักษณะของศิลปินเกาหลี โดยศึกษารูปแบบและเนื้อหาของรายการ โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 จำนวน 11 ตอน โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 2 จำนวน 11 ตอน และโปรดิวิซ์ 48 จำนวน 12 ตอน รวมเป็น 34 ตอน ที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์เอ็มเน็ต (Mnet) ในปีพ.ศ. 2559 - 2561

5. ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 ฤดูกาลที่ 2 และ รายการ โปรดิวิซ์ 48

1) รูปแบบของรายการ รายการโปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 โปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 2 และรายการโปรดิวิซ์ 48 เป็นแบบผสมผสานกันของเรียลลิตีหลายประเภท ได้แก่ เรียลลิตีประเภทเพลงและดนตรี เรียลลิตีประเภทที่อยู่ในสภาพแวดล้อมพิเศษ เรียลลิตีประเภทเกมโชว์ เรียลลิตีประเภทการแข่งขันเพื่อเข้าสู่อาชีพ และเรียลลิตีประเภทช่อกำลัง

รูปแบบการออกอากาศของรายการเป็นแบบผสมระหว่างรายการที่บันทึกเทปไว้ล่วงหน้าและรายการสด โดยในฤดูกาลที่ 1 และ ฤดูกาลที่ 2 ตอนที่ 1-10 เป็นรายการที่บันทึกเทปไว้ล่วงหน้าและตอนที่ 11 เป็นรายการสด ส่วนในฤดูกาลที่ 3 ตอนที่ 1-11 เป็นรายการที่บันทึกเทปไว้ล่วงหน้า และตอนที่ 12 เป็นรายการสด โดยทั้ง 3 ฤดูกาล ตอนสุดท้ายจะเป็นรายการสดเหมือนกัน

2) เนื้อหาของรายการ รายการโปรดิวิซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 ฤดูกาลที่ 2 และรายการโปรดิวิซ์ 48 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ เอ็มเน็ต ช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2561 ดังนี้ ฤดูกาลที่ 1 ออกอากาศปี พ.ศ. 2559 ฤดูกาลที่ 2 ออกอากาศปี พ.ศ. 2560 และฤดูกาลที่ 3 เปลี่ยนชื่อเป็นรายการโปรดิวิซ์ 48 ออกอากาศปี พ.ศ. 2561 ทั้ง 3 ฤดูกาลดำเนินการโดยมีนายอันจุนยองเป็นผู้กำกับและควบคุมการผลิตของรายการ โดยเป็นรายการเรียลลิตีรายการแรกที่มีการสร้างกลุ่มศิลปินที่มาจากการเล่นเด็กฝึกหัดจากหลาย ๆ ค่ายเพลงมารวมกัน และให้ผู้ชมเป็นผู้คัดเลือกและสร้างกลุ่มศิลปินขึ้นมาด้วยตัวเอง โดยในฤดูกาลที่ 1 และฤดูกาลที่ 3 เป็นการสร้างกลุ่มศิลปินหญิง แต่ในฤดูกาลที่ 2 เป็นการสร้างกลุ่มศิลปินชาย และในฤดูกาลที่ 1 และฤดูกาลที่ 2 เด็กฝึกหัดมาจากค่ายเพลงในประเทศเกาหลีใต้เท่านั้น แต่ในฤดูกาลที่ 3 เด็กฝึกหัดมาจากค่ายเพลงในประเทศเกาหลีและค่ายเพลงในประเทศญี่ปุ่น เนื้อหาของรายการแสดงให้เห็นขั้นตอนและกระบวนการในการคัดเลือกเพื่อสร้างกลุ่มศิลปินของประเทศเกาหลีได้โดยมีการประเมินความสามารถ 5 ขั้นตอนผ่านการแสดง 5 ภารกิจ ผู้เข้าแข่งขันได้รับการฝึกสอนและคำแนะนำจากครูฝึก และมีตัวแทนโปรดิวิเซอร์แห่งชาติ เป็นผู้ดำเนินรายการและเป็นตัวแทนผู้ชมในการติดตามพัฒนาการความสามารถของเด็กฝึกหัด ตัวแทนโปรดิวิเซอร์แห่งชาติและครูฝึกมีความแตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล ภารกิจและการแข่งขันต่าง ๆ ในรายการ มีดังนี้

2.1) การประเมินที่ 1 : การทดสอบระดับทักษะ (Level Test) เพื่อทำภารกิจที่ 1 การแสดงเพลงประจำรายการ เป็นการประเมินทักษะด้านการร้อง เต้น และแร็ปของเด็กฝึกหัดจากการแสดงที่เตรียมมาจากบริษัทต่อหน้าครูฝึก คณะแนตต์สินมาจากครูฝึกให้คะแนนรายบุคคลออกมาเป็นระดับต่าง ๆ ได้แก่ A, B, C, D และ F เพื่อจัดกลุ่มให้เข้ารับการฝึกฝนตามชั้นเรียนที่เหมาะสม และซ้อมการแสดงเพื่อทำภารกิจที่ 1

2.2) การประเมินที่ 2 : การทดสอบความสามารถแบบกลุ่ม เพื่อทำภารกิจที่ 2 การแข่งขันแบบกลุ่ม (Group Battle) เป็นการประเมินทักษะที่จำเป็นในการเป็นกลุ่มศิลปิน เช่น ความสามัคคี การรับผิดชอบหน้าที่ของตนเอง โดยแบ่งกลุ่ม แบ่งหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อทำการแสดง แต่ละกลุ่มต้องเลือกเพลงที่ใช้ในการแสดง กลุ่มที่ได้เพลงเดียวกันต้องแข่งขันกัน คณะแนตต์สินมาจากผู้ชมในห้องส่งให้คะแนนรายบุคคล และกลุ่มที่ได้คะแนนรวมมากกว่าจะเป็นผู้ชนะ ทุกคนในกลุ่มที่ชนะจะได้รับคะแนนพิเศษเพิ่มซึ่งมีจำนวนแตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล

2.3) การประเมินที่ 3 : การทดสอบความสามารถตามตำแหน่งที่ถนัด เพื่อทำภารกิจที่ 3 การแข่งขันตามตำแหน่ง (Position Battle) เป็นประเมินทักษะที่โดดเด่นที่สุดของแต่ละคน โดยเลือกแสดงความสามารถและแนวเพลงที่ต้องการระหว่างร้อง เต้น หรือแร็ป เพื่อระบุตำแหน่งที่ต้องการเมื่อเป็นศิลปิน คณะแนตต์สินมาจากผู้ชมในห้องส่งให้คะแนนรายบุคคล คนที่ได้คะแนนสูงสุดในแต่ละกลุ่มต้องเอาคะแนนมาเทียบกันเพื่อหาว่าใครเป็นผู้ชนะในแต่ละตำแหน่ง ผู้ชนะในแต่ละตำแหน่งจะได้รับคะแนนพิเศษเพิ่มซึ่งมีจำนวนแตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล

2.4) การประเมินที่ 4 : การทดสอบหาแนวทางที่เหมาะสมตัวเอง เพื่อทำภารกิจที่ 4 การประเมินแนวคิด (Concept Evaluation) เป็นการประเมินความเหมาะสมของแต่ละคนว่าเหมาะกับลักษณะ แนวเพลงหรือภาพลักษณ์แบบใด เช่น น่ารัก เซ็กซี่ คณะแนตต์สินมาจากผู้ชมในห้องส่งให้คะแนนเป็นกลุ่มและรายบุคคล กลุ่มที่ชนะจะได้รับคะแนนพิเศษเพิ่มซึ่งมีจำนวนแตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล

2.5) การประเมินที่ 5 : การทดสอบความพร้อมในการเป็นศิลปิน เพื่อทำภารกิจที่ 5 การประเมินเพลงเดบิวต์ Debut Song Evaluation) เป็นการประเมินครั้งสุดท้ายเพื่อตรวจสอบว่าเด็กฝึกหัดแต่ละคนมีความพร้อม และความเหมาะสมมากน้อยแค่ไหนในการเป็นศิลปิน คณะแนตต์สินมาจากผู้ชมที่โหวตทาง SMS ในรายการร่วมกับผลโหวตทางเว็บไซต์ที่เก็บสะสมมาเพื่อหาผู้ชนะที่จะได้รับคัดเลือกเป็นศิลปิน

ทั้งนี้ใน 3 ฤดูกาลมีจำนวนภารกิจเท่ากันและเป็นการกิจแบบเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันในส่วนของการละเอียดน้อยในแต่ละภารกิจ ได้แก่ วิธีการแบ่งกลุ่มและเลือกสมาชิก วิธีการเลือกเพลง คะแนนพิเศษที่ได้รับ และเพลงที่ใช้ในการแข่งขัน สำหรับคะแนนและวิธีการประเมินในรายการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินโดยครูฝึก และการประเมินโดยผู้ชม ซึ่งการประเมินโดยครูฝึกจะประเมินเฉพาะในภารกิจที่ 1 อย่างเดียว ส่วนในภารกิจที่ 2 - 4 จะเป็นการประเมินจากผู้ชมที่เข้าชมการแสดงในห้องส่งรวมกับการโหวตในเว็บไซต์จากผู้ชมทางบ้าน และในภารกิจที่ 5 จะเป็นการให้คะแนนจากการโหวตในเว็บไซต์รวมกับการโหวต SMS ในรายการสดจากผู้ชม รายการจะมีการประกาศอันดับและคัดคนออกจากรายการเป็นรอบ ๆ ทั้งหมด 3 ครั้ง และมีการประกาศผลรอบสุดท้ายของผู้ชนะที่จะได้เป็นศิลปิน ดังนี้

- 1) การคัดออกครั้งที่ 1 หลังจบภารกิจที่ 2
- 2) การคัดออกครั้งที่ 2 หลังจบภารกิจที่ 2 และระหว่างแข่งขันภารกิจที่ 4
- 3) การคัดออกครั้งที่ 3 หลังจบภารกิจที่ 4
- 4) การประกาศผลรอบสุดท้าย หลังจบภารกิจที่ 5

เมื่อจบการแข่งขันในแต่ละฤดูกาลได้มีการสร้างกลุ่มศิลปินชายและหญิงขึ้นมา ดังนี้ ฤดูกาลที่ 1 กลุ่มศิลปินหญิงชื่อ I.O.I (ไอโอไอ) ฤดูกาลที่ 2 กลุ่มศิลปินชายชื่อ Wanna One (วอนนาวัน) และ ฤดูกาลที่ 3 กลุ่มศิลปินหญิงชื่อ IZ*ONE (ไอจิวอน)

3) วิธีการเล่าเรื่อง ทั้ง 3 ฤดูกาล แสดงให้เห็นขั้นตอนและกระบวนการสร้างศิลปินที่เกิดขึ้นในรายการตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเพื่อทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมซึ่งสอดคล้องแนวคิดการเล่าเรื่อง มีการแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการ และความสัมพันธ์ของเด็กฝึกหัดที่มีต่อเพื่อน ครูฝึก และตัวแทนโปรดิวเซอร์ แต่ละคนมีการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และมีบทสรุปที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นเนื้อหาต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการสามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ 7 ช่วง คือ 1) ช่วงการเปิดตัวหรือเปิดเรื่อง 2) ช่วงการสร้างเรื่องราว 3) ช่วงการแสดงเพลงและทำภารกิจ 4) ช่วงการซ้อมและการเรียน 5) ช่วงการประกาศภารกิจหรือประกาศผลและคะแนน 6) ช่วงกิจกรรมพิเศษ และ 7) ช่วงเบื้องหลังอื่น ๆ ซึ่งแต่ละช่วงจะนำเสนอประเด็นหรือเนื้อหาที่แตกต่างกัน การออกอากาศแต่ละตอนจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาช่วงที่เป็นเนื้อหาหลักของรายการ คือ ช่วงที่เกี่ยวข้องกับภารกิจต่าง ๆ ได้แก่ ช่วงการแสดงเพลงและทำภารกิจ ช่วงการซ้อมและการเรียน และช่วงการประกาศภารกิจหรือประกาศผลและคะแนน ซึ่งมีความจริงจังมากกว่าและเน้นไปที่การแข่งขัน สลับกันกับช่วงที่เป็นเนื้อหาประกอบในรายการที่นอกเหนือจากภารกิจต่าง ๆ ได้แก่ ช่วงการเปิดตัว/เปิดเรื่อง ช่วงการสร้างเรื่องราว ช่วงกิจกรรมพิเศษ และช่วงเบื้องหลังอื่น ๆ เพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศไม่ให้ผู้ชมมีอาการร่วมอยู่กับสถานการณ์หรือภาวะใดภาวะหนึ่งมากเกินไป

4) รสและภาวะที่เกิดขึ้นในรายการ จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการทั้ง 3 ฤดูกาลตามทฤษฎีรสและภาวะ พบว่า รสและภาวะที่เกิดขึ้นในรายการตามทฤษฎีรสและภาวะ มีทั้งหมด 7 รส ได้แก่ 1) ความรักความพึงพอใจ 2) ความสุข ความสนุกความตลกขบขัน 3) ความพยายามความมุ่งมั่นตั้งใจ 4) ความสงสารความเห็นใจ 5) ความแปลกใจหรือประหลาดใจ 6) ความโกรธหรือหงุดหงิด 7) ความกลัวตื่นเต้นตกใจ และรสที่ค้นพบเพิ่มจากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ ได้แก่ ความรู้สึกเครียดหรือกดดัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะการเป็นศิลปินเกาหลีของผู้ชนะที่ได้รับคัดเลือกเป็นศิลปินจากรายการ โปรดิวซ์ 101 ฤดูกาลที่ 1 ฤดูกาลที่ 2 และ รายการ โปรดิวซ์ 48

1. คุณลักษณะศิลปินเกาหลี

คุณลักษณะของผู้ชนะจากรายการทั้ง 3 ฤดูกาลที่เป็นจุดเด่นทำให้เห็นภาพรวมว่าศิลปินเกาหลีมีความแตกต่างจากศิลปินนักร้องของประเทศอื่นอย่างไร มีดังนี้

1) มีรูปร่างหน้าตาและภาพลักษณ์ดูดี

มีหน้าตาที่ดี สวยหล่อ รูปร่างดี สมส่วน มีจุดเด่น มีเสน่ห์หรือบุคลิกเฉพาะตัวที่ทำให้รู้สึกน่าสนใจ นอกจากนั้นยังต้องมีความ

คิด ทักษะ และพฤติกรรมที่ดีเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้สังคมด้วย เช่น มองโลกในแง่ดี พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อัจฉริยะดี มีน้ำใจ เห็นอกเห็นใจและช่วยเหลือผู้อื่น รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น หรือนึกถึงส่วนรวม เป็นต้น

2) มีทักษะการร้องควบคู่กับการเต้น

จุดเด่นของเคป็อปไม่ได้อยู่ที่การร้องเพลงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการนำเสนอการแสดงที่สนุกสนาน สร้างความบันเทิง และเป็นมืออาชีพ ศิลปินเกาหลีต้องทั้งเต้นและร้องหรือแร็ปไปพร้อม ๆ กันได้อย่างดีและเป็นธรรมชาติในแต่ละเพลง จะร้องอย่างเดียวไม่ได้เพราะไม่มีความแตกต่างและไม่น่าสนใจ

3) มีท่าเต้นที่พร้อมเพรียงและการแสดงที่เป็นมืออาชีพ

สิ่งที่ทำให้การแสดงของเคป็อปน่าสนใจและดูเป็นมืออาชีพ คือการที่สมาชิกทุกคนเต้นอย่างพร้อมเพรียงกัน มีการจัดแถวแปรแถวอย่างเป็นระเบียบ และมีการเก็บรายละเอียดท่าเต้นของแต่ละคนให้ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4) มีทักษะแสดงสีหน้าท่าทาง อีกหนึ่งจุดเด่นที่ทำให้การแสดงของเคป็อปน่าประทับใจ คือการที่ศิลปินแสดงสีหน้าท่าทางประกอบเพลงให้เข้ากับอารมณ์และเนื้อหาของเพลงเพื่อสื่อสารไปยังผู้ชมให้มีความรู้สึกร่วมกับเพลงนั้นอย่างเต็มที่

5) มีความมุ่งมั่นและมีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ คนที่ตั้งใจมาเป็นศิลปินเกาหลีล้วนมีความชอบและหลงใหลในการเต้นหรือการร้องเพลงเป็นอย่างมาก มีความฝันคือการได้ยืนอยู่บนเวทีและเป็นศิลปิน ทุกคนจึงมีเป้าหมายที่ชัดเจนและพยายามที่จะต่อสู้ ฝึกฝน เรียนรู้ คว้าโอกาสทุกอย่างเพื่อที่จะเป็นศิลปินให้ได้

6) มีความเพียรพยายาม อดทน ไม่ย่อท้อต่อ

ความยากลำบากหรือการทำงานหนัก คนที่ตั้งใจมาเป็นศิลปินเกาหลีต้องมีความอดทนและมีจิตใจที่แข็งแกร่ง เพราะกว่าจะได้เป็นศิลปินนั้นต้องเข้ารับการฝึกฝนเป็นระยะเวลานาน ต้องสามารถอดทนต่อแรงกดดัน หรือการถูกประเมินและนำไปเปรียบเทียบกับคนอื่นอยู่ตลอดเวลา

7) มีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบ คนที่ตั้งใจมาเป็นศิลปินเกาหลีถูกปลูกฝังให้มีความจริงจังในเรื่องระเบียบวินัย ต้องเข้ารับการฝึกซ้อมตามตารางเวลาที่กำหนดปฏิบัติตัวให้อยู่ในกฎระเบียบ หรือข้อห้ามที่บริษัทกำหนด การฝึกซ้อมการแสดงต่าง ๆ ถือเป็นหน้าที่ ต้องทำอย่างจริงจังและตั้งใจ

8) มีทักษะพิเศษ ที่เป็นประโยชน์หรือสามารถต่อยอดไปสู่การทำงานรูปแบบอื่น ๆ ในวงการบันเทิงในอนาคต เช่นความสามารถด้านการเดินแบบ ความสามารถด้านการแสดง ความสามารถในการสร้างบทสนทนาและมุขตลกเพื่อใช้ในการออกกรายการวาไรตี้ เป็นต้น

6. อภิปรายผล

1. เนื้อหาและภารกิจในรายการกับการแสดงให้เห็นกระบวนการสร้างศิลปินเกาหลี

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการทั้ง 3 ฤดูกาล พบว่า ภารกิจและการแข่งขันในรายการมีทั้งหมด 5 ภารกิจ คือ 1) การแสดงเพลงประจำรายการ 2) การแข่งขันแบบกลุ่ม 3) การแข่งขันตามตำแหน่ง 4) การประเมินแนวคิด และ 5) การประเมินเพลงเดบิวต์ แต่ละภารกิจแสดงให้เห็นขั้นตอนการสร้างศิลปินของประเทศเกาหลีได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มเพื่อเปรียบเทียบภารกิจในรายการกับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) ขั้นตอนการออดิชั่น (Audition) เพื่อเป็นการประเมินความสามารถในครั้งแรกที่เจอหรือก่อนจะรับเข้ามาเป็นเด็กฝึกหัดในบริษัท เทียบได้กับการทดสอบระดับทักษะ

2) ขั้นตอนการฝึกทักษะการเป็นศิลปิน เมื่อได้เป็นเด็กฝึกหัดแล้วก็ต้องเข้าสู่กระบวนการฝึกตามที่บริษัทกำหนด เทียบได้กับภารกิจต่าง ๆ ได้แก่ ภารกิจเพลงประจำรายการ ภารกิจการแข่งขันแบบกลุ่ม ภารกิจการแข่งขันตามตำแหน่ง ภารกิจการประเมินแนวคิด

3) ขั้นตอนการฝึกทักษะเสริมอื่น ๆ เพื่อสร้างหรือพัฒนาทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเป็นศิลปินที่นอกเหนือจากการร้อง การเต้น การแร็ป เห็นได้จากกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่เด็กฝึกหัดได้เรียนรู้ในรายการ เช่น การฝึกจิตใจให้เข้มแข็ง การออกกำลังกายและรักษารูปร่าง เป็นต้น

4) ขั้นตอนการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นศิลปิน เป็นการประเมินขั้นสุดท้ายเพื่อดูภาพรวมว่ามีความพร้อมที่จะเป็นศิลปินมากน้อยแค่ไหน เทียบได้กับการฝึกการประเมินเพลงเดบิวต์

ขั้นตอนการฝึกทักษะการเป็นศิลปิน รายการโปรดิษฐ์ทั้ง 3 ฤดูกาล จะให้ผู้เข้าแข่งขันเรียนรู้และพัฒนาทั้งความสามารถการร้อง เต้น และแร็ป ค้นหาความสามารถที่โดดเด่นของตัวเองฝึกการทำงานเป็นกลุ่มและการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น รวมถึงเรียนรู้การแสดงให้เข้ากับภาพลักษณ์หรือเพลงแนวต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนมีความสามารถไปในทิศทางเดียวกัน

ขั้นตอนการฝึกทักษะเสริมอื่น ๆ รายการโปรดิษฐ์ทั้ง 3 ฤดูกาล จะให้ผู้เข้าแข่งขันเรียนรู้ทักษะอื่น ๆ นอกเหนือจากการร้อง เต้น และแร็ป ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการเป็นศิลปินและสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับตัวเองมากขึ้น เช่น การพูด การรักษารูปร่าง การแต่งหน้า เป็นต้น

ขั้นตอนการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นศิลปิน เนื่องจากรายการโปรดิษฐ์ทั้ง 3 ฤดูกาล มีเป้าหมายเพื่อสร้างกลุ่มศิลปินจึงต้องมีการประเมินขั้นตอนสุดท้ายเพื่อดูภาพรวมความสามารถ และภาพลักษณ์ของสมาชิกทุกคนก่อนสร้างเป็นวงให้มีคุณภาพและตรงตามมาตรฐานเดียวกัน

นอกจากนั้นผู้เข้าแข่งขันรายการโปรดิษฐ์ทั้ง 3 ฤดูกาลส่วนใหญ่จะมีค่ายเพลงที่ตัวเองสังกัดอยู่แล้วก่อนที่จะมาแข่งในรายการ

2. เนื้อหาและภารกิจในรายการกับแนวคิดการเล่าเรื่อง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการทั้ง 3 ฤดูกาล พบว่า การเล่าเรื่องผ่านภารกิจต่าง ๆ ในรายการมีองค์ประกอบต่าง ๆ เป็นไปตามแนวคิดการเล่าเรื่องตามที่กล่าวไว้ในงานวิจัยของ สุภาวรรณ วรรณนะศุภกุล (2550) คือ มีการลำดับเรื่องราวให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร ปมปัญหา สถานการณ์ต่าง ๆ และบทสรุปตั้งแต่ต้นจนจบ มีขั้นตอนการเริ่มเรื่องที่อธิบายที่มาที่ไปของรายการ แนะนำภารกิจและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดตั้งแต่ผู้เข้าแข่งขันไปจนถึงผู้ฝึกสอน และเปิดประเด็นโดยพูดถึงภารกิจต่าง ๆ ให้ผู้ชมรอติดตาม ต่อมาแสดงให้เห็นขั้นตอนการพัฒนาเหตุการณ์ผ่านภารกิจต่าง ๆ ที่เริ่มแสดงให้เห็นปัญหาและการพบกับสถานการณ์ต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน ระหว่างที่แต่ละภารกิจดำเนินไปก็แสดงให้เห็นขั้นตอนภาวะวิกฤตที่แสดงถึงปัญหาหรือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นกับผู้เข้าแข่งขันด้วยกัน ซึ่งเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นแล้วในแต่ละภารกิจจะต้องมีการแก้ปัญหาเพื่อให้สถานการณ์ดีขึ้นจึงนำไปสู่ขั้นตอนภาวะคลี่คลายที่ปัญหาต่าง ๆ จะได้รับการแก้ไขให้ผ่านไปด้วยดี จนมาถึงขั้นตอนการยุติเรื่องราวที่เป็นการสิ้นสุดเรื่องราวของแต่ละภารกิจและเป็นจุดจบของรายการในตอนสุดท้าย โดยการเล่าเรื่องในแต่ละภารกิจจะนำเสนอให้เห็นภาพเด็กฝึกหัดที่ละกลุ่มสลับกันไปซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีสมาชิกหนึ่งคนที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวละครหลักในช่วงนั้น เรื่องราวจะเป็นการนำเสนอประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวละครหลักในตอนนั้น ๆ โดยมีสมาชิกคนอื่นในทีมหรือบุคคลอื่นเป็นตัวละครประกอบของเรื่องราว ลำดับการนำเสนอเรื่องราวในทุก ๆ ตอนจะเลือกนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจน้อยที่สุดก่อน ส่วนสิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดเก็บไว้ให้น่าสนใจทีหลัง เช่น ในแต่ละภารกิจทีมที่ได้ออกมาจากก่อนมักจะเป็นทีมที่สมาชิกได้รับความนิยมน้อยกว่า ในขณะที่ทีมที่สมาชิกมีความน่าสนใจและมีคนรอติดตามเยอะจะเป็นทีมที่ได้ออกมาจากทีหลัง เหตุผลที่การจัดลำดับเป็นแบบนี้ก็เพื่อดึงความสนใจให้ผู้ชมรอดูรายการไปเรื่อย ๆ จนจบ นอกจากนี้ยังมีส่วนที่ไม่สอดคล้องหรือไม่เป็นไปตามแนวคิดการเล่าเรื่องตัว คือ มีเนื้อหาส่วนที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงเรื่องหรือภารกิจหลักในรายการ แต่มีไว้เพื่อเบี่ยงเบนความสนใจหรือปรับอารมณ์ของผู้ชมให้ผ่อนคลายจากเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโครงเรื่องหลัก ได้แก่ กิจกรรมพิเศษ และเบื้องหลังต่าง ๆ

3. เนื้อหาและภารกิจในรายการกับการสะท้อนวัฒนธรรมของคนเกาหลี

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการทั้ง 3 ฤดูกาล พบว่า สิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการทำภารกิจต่าง ๆ ในรายการได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะของคนเกาหลีในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากเอกสารของมหาวิทยาลัยรามคำแหง, ศูนย์เกาหลีศึกษา (ม.ป.ป.) งานวิจัยของจินตนา พุทธเมตตะ (2548) ดังนี้ 1) ท่าเต้นของศิลปินเกาหลีในการแสดงภารกิจต่าง ๆ มีความสวยงาม พร้อมเพรียง เป็นระเบียบ สะท้อนให้เห็นความมีวินัยในการฝึกซ้อมและรับผิดชอบหน้าที่ของตนเอง การขยันไม่ย่อท้อที่ไม่ว่าจะเจออุปสรรคแค่ไหนก็ยังตั้งใจซ้อมเพื่อทำการแสดงอย่างเต็มที่ ความทุ่มเทกับงานเห็นได้จากตอนฝึกซ้อมที่เด็กฝึกหัดแต่ละคนซ้อมหนักจนแทบไม่ได้พักผ่อนหรือบางคนป่วยระหว่างซ้อม 2) การมีขั้นตอนในการฝึกศิลปินอย่างเป็นระบบ สะท้อนให้เห็นความมุ่งมั่นในการศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถ่องแท้เห็นได้จากการที่จะสร้างศิลปินขึ้นมาสักวงหนึ่งต้องมีความละเอียดในทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกตลอดจนฝึกฝนคนที่จะมาเป็นศิลปิน การให้ความสำคัญกับลำดับอาวุโสเวลาพูดคุยหรือเรียนกับครูฝึกจะใช้ภาษาระดับสุภาพและทำความเคารพทุกครั้ง 3) ช่วงการฝึกซ้อมภารกิจหรือเบื้องหลัง สะท้อนให้เห็นความมีน้ำใจ การช่วยเหลือกันระหว่างเด็กฝึกหัด 4) ช่วงการแสดงภารกิจต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นความรักในบริษัท ทุกคนที่เข้าร่วมรายการถือเป็นตัวแทนและหน้าตาของบริษัทดังนั้นไม่ว่าจะทำอะไรก็ต้องทำให้ดี 5) การประกาศผลผู้ชนะที่ได้รับเลือกเป็นศิลปิน สะท้อนให้เห็นความขานินยอมเห็นได้จากวงในแต่ละฤดูกาลมีจำนวนคนต่างชาติน้อยมากเมื่อเทียบกับคนเกาหลี

4. อารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นของผู้ชมรายการกับทฤษฎีรสนิยมและภาวะ

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการทั้ง 3 ฤดูกาล พบว่า มีรสนิยมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรายการทั้งหมด 8 รสนิยม ซึ่งเป็นรสนิยมและภาวะที่ตรงตามทฤษฎีรสนิยมและภาวะที่อ้างอิงจาก กุสุมา รักขมณี (2549) ทั้งหมด 7 รสนิยม ได้แก่ รักหรือพึงพอใจ สนุกหรือตลกขบขัน ชื่นชมความพยายามหรือความตั้งใจ สงสารหรือเห็นใจ แผลงใจหรือประหลาดใจ หงุดหงิดหรือโกรธ และกลัวหรือตื่นเต้นตกใจ และมีรสนิยมที่พบเพิ่มขึ้นมาจากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการที่ไม่อยู่ในทฤษฎี คือ ความรู้สึกเครียดหรือกดดัน ซึ่งความรู้สึกเครียดและกดดันที่ผู้วิจัยค้นพบสามารถนำมาอธิบายความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับผู้ชมรายการได้โดยใช้ทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison theory) ของลีออน เฟสติงเกอร์ (Leon Festinger) ที่อธิบายว่ามนุษย์เรามีแรงผลักดันในการใช้ชีวิตอย่างหนึ่งซึ่งเกิดจากการที่เราประเมินความคิดเห็นและความสามารถของตนเองเปรียบเทียบกับผู้อื่นหรือมาตรฐานของสังคม ซึ่งการเปรียบเทียบทางสังคมนี้มี 2 ลักษณะ คือ 1) การเปรียบเทียบกับผู้ที่เหนือกว่า Upward Comparison และ 2) การเปรียบเทียบกับผู้ที่ด้อยกว่า Downward Comparison ซึ่งในที่นี้จะนำมาใช้อธิบายดังต่อไปนี้ เมื่อผู้ชมดูรายการแล้วเกิดความรู้สึกอยากเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองที่มีต่อเด็กฝึกหัดคนหนึ่งเทียบกับความคิดเห็นของผู้ชมคนอื่น ตัวอย่างเช่น ฤดูกาลที่ 2 ในการประกาศผลเพื่อคัดออกครั้งที่ 3 ในตอนที่กำลังจะประกาศคนสุดท้ายที่จะได้ลำดับที่ 20 และเป็นผู้ที่ผ่านเข้ารอบสุดท้าย ซึ่งความไม่มั่นใจในการเปรียบเทียบนี้เองที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเครียดและกดดัน เนื่องจากไม่สามารถแน่ใจได้ว่าคนที่ตัวเองเชียร์นั้นอยู่เหนือกว่าและจะได้เป็นผู้ถูกเลือกหรือไม่ ผู้ชมกำลังใช้วิธีเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับความคิดเห็นของผู้ชมคนอื่นซึ่งเป็นเหมือนมาตรฐานอยู่ ดังนั้นในทุก ๆ ครั้งที่มีการประกาศผลหรือตอนซ้อมที่ต้องเปรียบเทียบคนที่ตัวเองเชียร์กับผู้แข่งขันคนอื่นอีกเมื่อไรก็จะเกิดความรู้สึกนี้ขึ้นมา

รสนิยมต่าง ๆ ที่พบในรายการโปรดิวซ์ทั้ง 3 ฤดูกาลนี้เป็นรสนิยมที่สามารถพบได้ในรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินแบบทั่วไปได้เช่นกัน แต่ส่วนใหญ่การตัดสินในรายการจะมีคณะกรรมการของแต่ละค่ายเพลงเป็นผู้ตัดสินผลการแข่งขันในรอบต่าง ๆ โดยที่ผู้ชมอาจมีส่วนร่วมตัดสินใจบ้างเล็กน้อย แตกต่างจากรายการโปรดิวซ์ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ซึ่งเป็นรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินแบบใหม่ที่นำเด็กฝึกหัดจากต่างค่ายเพลงมาแข่งขันในรายการโดยมีกติกาและระบุจำนวนผู้เข้าแข่งขันในแต่ละรอบและจำนวนผู้ที่จะถูกคัดเลือกในรอบสุดท้ายไว้อย่างชัดเจน การตัดสินในรายการมีผู้ชมเป็นผู้ตัดสินผลการแข่งขันในรอบต่าง ๆ ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าตัวเองมีส่วนร่วมในคัดเลือกและการพัฒนาความสามารถของเด็กฝึกหัดแต่ละคนมากกว่า โดยมีจุดประสงค์ของรายการเพื่อให้ได้ศิลปินที่ตรงตามความต้องการของผู้ชมในฐานะผู้บริโภคมากที่สุด

5. คุณลักษณะศิลปินเกาหลีกับการสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของคนเกาหลี

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะของศิลปินเกาหลี พบว่า มีคุณลักษณะของศิลปินบางข้อที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนเกาหลี ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากเอกสารของศูนย์เกาหลีศึกษา (ม.ป.ป.) และข้อมูลจากงานวิจัยของจินตนา พุทเมตะ (2548) ได้แก่ 1) ความมีวินัยในตนเอง 2) ความขยันไม่ย่อท้อต่องานหนัก 3) ความลุ่มลึกในการบริหารจัดการและความเป็นนักการศึกษาอย่างถ่องแท้ ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะที่พบในผู้ชนะที่ได้รับคัดเลือกเป็นศิลปินของทั้ง 3 ฤดูกาล ทั้ง 3 ข้อต่อไปนี้ คือ 1) มีความมุ่งมั่นและแรงจูงใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ 2) มีความอดทนไม่ย่อท้อต่อความยากลำบากหรือการทำงานหนัก และ 3) มีระเบียบวินัย และมีความรับผิดชอบ

7. ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาของรายการดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการสร้างรายการเรียลลิตีค้นหาศิลปินในประเทศไทย
2. ศิลปินหรือทีมพัฒนาความสามารถของศิลปินไทยสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของศิลปินเกาหลีมาศึกษา เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพของศิลปินไทยเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างชื่อเสียงและขยายฐานแฟนคลับไปในวงกว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา รักขมณี. (2549). *การวิเคราะห์วรรณคดีไทยตามทฤษฎีวรรณคดีสันสกฤต*. ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คมสัน รัตนะสิมากุล. (2555). *หลักการเขียนบทวิทยุกระจายเสียงและบทวิทยุโทรทัศน์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา พุทเมตะ. (2548). *คุณลักษณะและกระบวนการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมของประเทศเกาหลี*. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม.
- บัญชา ธนบุญสมบัติ. (2559). 10 แง่มุมน่าทึ่งว่าด้วย “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี”. *วารสารเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีวัสดุ*, 82(3), 14-21.
- ปจรรย์ จิงประเสริฐกุล. (2558). *รู้ไว้ก่อนใช้ชีวิตที่เกาหลี*. พิมพ์ดีการพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ศูนย์เกาหลีศึกษา (ม.ป.ป., 18 สิงหาคม). *บทความที่ 9 คนเกาหลี*. <http://www3.ru.ac.th/korea/article1/article10.pdf>
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2547). *เสกฝัน บันเทิง : บทภาพยนตร์*. บริษัทบ้านฟ้า.
- สมสุข หินวิมาน, ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ, ภัทธีรา สารากรบริษัท, อารดา ครุจิต, กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์ และ กุลนารี เสือโรจน์. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวรรณ วรรณะศุภกุล. (2550). *คุณลักษณะของละครเอเชียยอดนิยม ศึกษากรณีละครญี่ปุ่นได้หัวและเกาหลีในโทรทัศน์ไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Festinger, L. (2021,18 สิงหาคม). *Social comparison theory*. http://www.bahaistudies.net/asma/selective_exposure-wiki.pdf#page=18
- Hong E. (2560). *The Birth of Korean Cool กำเนิดกระแสเกาหลี* (วิลาส วคินสังวร). เอิร์นเนส พับลิชชิง.
- Reder.red. (2564, 4 สิงหาคม). *The Comparison Effect... เปรียบเทียบมากไปก็จิตใจว้าวุ่น*. <https://reder.red/the-comparison-effect-22-07-2020/>

กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจ :
เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร
GREEN BUSINESS STRATEGY BY CREATING VALUE- ADDED TO LONG-TERM
BUSINESS OPERATION: NARRATIVE OF SUCCESS HEALTHY FOOD RESTAURANT
OWNER 'YAMYEN' IN BANGKOK

สุภาวดี ธงภักดิ์¹ และ พัทธ์ชัย ศิริวงศ์²

Supawadee Thongpak and Phitak Siriwong

Article History

Received: 22-03-2021; Revised: 30-07-2021; Accepted: 06-06-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เรื่องเล่าความสำเร็จกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาประวัติชีวิตและเรื่องเล่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ พนักงานให้บริการ และลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้วยการสัมภาษณ์แบบอัดชีวประวัติ ร่วมกับแนวคำถามและแบบสังเกต ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เพื่อสร้างเรื่องเล่า

ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร มีการนำกลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวมาใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ประกอบด้วย การผลิตอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ประกอบด้วย การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการรวมกลุ่มเครือข่าย ด้านการพัฒนาบุคลากร และความต่อเนื่องทางธุรกิจซึ่งการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันมีความจำเป็นผู้ประกอบการ ต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อสามารถดำเนินการอย่างยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและความไม่แน่นอนที่ไม่สามารถคาด

¹ อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Lecturer, Bachelor of Liberal Arts Program in Hotel Management, Kasem Bundit University

E-mail: supawadee.tho@kbu.ac.th *Corresponding Author

² รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Associate Professor.Ph.D., Doctor of Philosophy Program in Tourism, Hotel and Event Management, Silpakorn University

การณ์อนาคตได้ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นให้ความรู้ ให้ตระหนักถึงผลเสียกับโลก ลดสิ้นเปลือง สูญเสีย พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดประโยชน์ ให้เป็นระบบตามมาตรฐาน ติดตามผลเชิงปฏิบัติ เชิงประสิทธิภาพ และประเมินผลงาน

คำสำคัญ: กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียว; การสร้างมูลค่าเพิ่ม; ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the narrative of successful green business strategy by creating value-added to the long-term business operations of healthy food restaurant owner ‘YamYen’ in Bangkok. The research is qualitative research with narrative and biographical research methods; the key informants consist of restaurateurs, employees, and customers with an autobiographical interview together with questionnaires and observational descriptive analytic methods are used to narrate the finding.

The findings of the research showed that:

A green business strategy is applied to Yam Yen health restaurant, comprising friendly food production, friendly service, and support for friendly management and engagement with local communities. The value-added business model consists of service-added value creation, activities, network integration, and human resource development. In the restaurant business nowadays – unprecedented situation, it is inevitable that restaurateurs have to focus on the management strategy for long-term operation, the strategy should be adjusted with a focus on education to be aware of negative effects on the world, reduce losses, continuous development as standard with follow up on practical and performance results as well as evaluation.

Keywords: Green Business Strategy; Creating Value- Added; Long-Term Business Operation

1. บทนำ

ปัญหาการเสื่อมโทรมลงของสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและการบริโภคเข้าสู่วิถีการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงข้อตกลงด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดเริ่มเข้ามามีบทบาท และเกิดกระแสกดดันทางการค้ามากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคสีเขียวที่นับวันจะมีบทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจการค้าโลกมากขึ้น องค์กรต่างมุ่งให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการกำหนดเป็นนโยบายและกำหนดวิธีการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริหารต้องรับรู้และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (Chan, He, Chan, and Wang, 2012) การประยุกต์แนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการพัฒนาวิธีการหรือกระบวนการ ในการผลิตสินค้ารวมถึงกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการลดการใช้วัตถุดิบ การป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การลดของเสียหรือสารพิษ การรีไซเคิลหรือการนำวัตถุดิบที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมาใช้เพื่อให้การป้องกันมลพิษ (Chen et al., 2006) การพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืนจึงต้องให้ความสำคัญกับ 3P คือ การพัฒนาทรัพยากร

มนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ และผลกำไรไปพร้อม ๆ กัน โดยแนวทางการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจจึงเปลี่ยนเป็นแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน และเป็นธุรกิจสีเขียวมากขึ้น ธุรกิจสีเขียวในปัจจุบันมีความหมายกว้างอาจหมายถึงความตั้งแต่การดำเนินธุรกิจตลอดสายหรือส่วนหนึ่งของธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิต หรือการดำเนินการอะไรก็ตามที่ทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดีขึ้นหรือสูงขึ้น รวมทั้งการใช้/ลดปัจจัยการผลิต เช่น น้ำหรือพลังงานในการผลิต ตลอดจนการปล่อยของเสียลดลง หรือการทำให้สิ่งแวดล้อมของธุรกิจดีขึ้น (พิพัฒน์ วีระถาวร, 2555)

ธุรกิจสีเขียวได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อสร้างจุดยืนด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจและในสายตาของชุมชนอีกด้วย (ไฉเดียธุรกิจ, 2556) ธุรกิจสีเขียวเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก เพราะนับเป็นแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนในทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ในสังคมปัจจุบันมีการใช้แนวคิดธุรกิจสีเขียวในหลายภาคธุรกิจไม่ว่าจะเป็นโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งร้านอาหารหลายแห่งได้หันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจสีเขียว โดยใช้ผลิตภัณฑ์และสินค้าวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (วราธิษฐานดิวิรวรรค์, 2558) โดยธุรกิจสีเขียวต้องมีหลักการ นโยบาย และหน้าที่ที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนธุรกิจสีเขียวต้องปกป้องและเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและลูกค้า เช่น มีการใช้ส่วนผสมที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ และมีการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตสีเขียว (Green Living) เป็นต้น บริษัทสามารถแสวงหาผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจสีเขียวได้ ทั้งในรูปการลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนในบริษัท และการขายผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (คมศักดิ์ สว่างไสว, 2559)

การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ซึ่งผู้ประกอบการที่เป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่ เป็นผู้วางแผนบริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่การผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น (ผนทิพย์ ชาร์โล, 2554) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการโดยใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และด้านการตลาด (พิทักษ์ ศิริวงศ์ กำพล เชี่ยวชาญศิลป์ และอภิวัฒน์ บางเหลียง, 2561) นอกจากนี้การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ช่วยยกระดับคุณค่า (Value Up) เป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) อันจะนำไปสู่มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

ความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ (ผนทิพย์ ชาร์โล, 2554) และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่ม หรือดำเนินธุรกิจ (Hatten, 2006) ผู้ประกอบการควรจะต้องตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนว่าเหตุใดจึงจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เป้าหมายที่ชัดเจน การเลือกกลยุทธ์เพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจได้สิ่งที่สำคัญเป็นอันดับแรก คือ การป้องกันบุคลากรในองค์กร รวมถึงลูกค้าหรือแขกที่มาใช้บริการ สิ่งที่สำคัญเป็นอันดับที่สอง คือปกป้องธุรกิจให้สามารถดำเนินงานต่อไปได้จนสำเร็จตามข้อผูกมัดที่มีต่อลูกค้าและผู้บริโภค ทำให้บรรลุเป้าหมายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยเหลือชุมชนและเศรษฐกิจ ช่วยให้นักงานมีงานทำ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557) ซึ่งการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีปัจจัยหลายปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดถึงความสำเร็จปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ วัตถุดิบและการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบการ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพได้มีการนำแนวคิดธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจจนประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค คือ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร ร้านอาหารที่เปิดให้บริการมานานกว่า 10 ปี ตั้งอยู่บนอุทยาน-อักษะ โดยมีบรรยากาศแนวสวนธรรมชาติ เป็นร้านอาหารที่ผู้ประกอบการเป็นเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารเคมี หรือผักออร์แกนิกด้วยตนเอง โดยยึดแนวคิด Slow Food เป็นจุดขาย เน้นความเรียบง่าย ใส่ใจธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ทุกรายการอาหารใช้วัตถุดิบของทางร้าน

หรือรับซื้อจากกลุ่มเกษตรกรออร์แกนิกที่ร้านให้การสนับสนุนในราคาที่เป็นธรรม มีการจัดการของเหลือใช้อย่างเป็นระบบและจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง จนร้านอาหารยามเย็นได้เข้าร่วมโครงการนำร่อง Green restaurant ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และได้รับรางวัล “G สีทอง” Green restaurant เนื่องจากเป็นร้านอาหารที่สามารถบริหารจัดการและคัดสรรวัตถุดิบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดดังกล่าวเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของอาหาร และธุรกิจที่มีความโดดเด่น มีความได้เปรียบทางธุรกิจ ตลอดจนความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการท่ามกลางวิกฤตโรคระบาด Covid-19 ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจ เพื่อการดำรงอยู่ของธุรกิจต่อไป

จากสถานการณ์ธุรกิจสีเขียวได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มมูลค่าสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจในการขับเคลื่อนธุรกิจร้านอาหาร และความสำเร็จในการบริหารจัดการและคัดสรรวัตถุดิบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร จนได้รับรางวัล Green restaurant ทั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจ : เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษากลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจ : เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร โดยอาศัยการถอดบทเรียนความสำเร็จซึ่งสามารถเป็นแนวทางการจัดการธุรกิจสีเขียวที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเรื่องเล่าความสำเร็จกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว

ธุรกิจสีเขียวในปัจจุบันมีความหมายกว้างอาจหมายถึงความตั้งแต่ การดำเนินธุรกิจตลอดสาย หรือส่วนหนึ่งของธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิต หรือการดำเนินการอะไรที่ทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดีขึ้นหรือสูงขึ้น รวมทั้งการใช้/ลดปัจจัยการผลิต เช่น น้ำหรือพลังงานในการผลิต ตลอดจนการปล่อยของเสียลดลงหรือการทำให้สิ่งแวดล้อมของธุรกิจดีขึ้นนั่นเอง (พิพัฒน์ วีระถาวร, 2555) ธุรกิจสีเขียวต้องมีหลักการ นโยบาย และหน้าที่ที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจสีเขียวต้องยึดถือการดำเนินงานและการตัดสินใจทางธุรกิจ ตามหลักการ นโยบาย และหน้าที่ที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทางลบ หรือ ลดผลกระทบต่อทางลบ หรือ ส่งผลกระทบต่อทางบวก ต่อสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นหรือโลก รวมทั้งต่อประชาชน ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ (คมศักดิ์ สว่างใส, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

มูลค่าตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity) จะเป็นส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจะแสดงให้เห็นถึงความคิด หรือการแสดงออกของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับตราผลิตภัณฑ์มากเช่นเดียวกับราคาสินค้า ซึ่งตราผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มหรือลดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้ (Kotler and Keller, 2012) ซึ่งมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการเป็นเจ้าของตัวสินค้าหรือบริการ คือ ความโดดเด่นของชื่อ (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) มูลค่าเพิ่ม คือ การทำให้ผลิตภัณฑ์ (Product) พัฒนาให้เกินความคาดหวังของผู้บริโภคหรือการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากการที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ และต้องทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้าอีกด้วย (Nilson, 1992; Naumann, 1995; Levitt, 1980)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต่อเนื่องทางธุรกิจ

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจนับว่าเป็นทางออกสำหรับการลดความเสียหายที่เกิดขึ้น จากกระบวนการดำเนินงานหยุดชะงักเมื่อเกิดภาวะวิกฤตต่าง ๆ ขึ้นโดยธุรกิจจะต้องกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องแม้ในภาวะวิกฤตทั้งในด้านการวางแผนก่อนเกิดเหตุการณ์ การดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนดในขณะที่เกิดเหตุการณ์ และการฟื้นฟูเมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลาย ทั้งนี้ก็เพื่อให้การบริหารงานเกิดความต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือหากหยุดชะงักก็สามารถกลับมาดำเนินการได้อย่างรวดเร็วที่สุด อีกทั้งยังต้องรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้าและองค์กรควบคู่ไปด้วย แต่การจะดำเนินการให้บรรลุผลนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2555)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริญญา วงษ์ดอนขมิ้น (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของบริษัทสิน จำกัด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพรรณนาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับ การดำเนินธุรกิจสีเขียว ผลการศึกษาพบว่า ความหมายของการดำเนินธุรกิจสีเขียว คือ ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

อกนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของร้าน ออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารร้าน ออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่ ได้ให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจสีเขียวว่าเป็นธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและต้องใส่ใจสิ่งแวดล้อมรูปแบบของร้านออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่เป็นเรือนกระจกที่สามารถรับแสงจากธรรมชาติแทนการใช้หลอดไฟ ด้านกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาปรับใช้ในธุรกิจอย่างเหมาะสมและครอบคลุม

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นกาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาประวัติศาสตร์และเรื่องเล่า แบบกรณีศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาในการแสวงหาความรู้ความจริงเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับกรณีในช่วงเวลานั้น ๆ เน้นทำความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างละเอียดเจาะลึก เนื่องด้วยร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร เป็นร้านที่ได้เข้าร่วมโครงการนำร่อง Green restaurant ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และได้รับรางวัล “G สีทอง” Green restaurant เนื่องจากเป็นร้านอาหารที่สามารถบริหารจัดการและคัดสรรวัตถุดิบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดดังกล่าวเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของอาหาร และธุรกิจที่มีความโดดเด่น มีความได้เปรียบทางธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก กำหนดผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informant) คือ นายกุลพันธ์ จรัสขนะเพท ผู้ประกอบการร้านอาหารยามเย็น จำนวน 1 คน พนักงานให้บริการ จำนวน 5 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 6 คน โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญแบบเจาะจง (Purposive Selection)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อเชื่อมโยงกับประเด็นหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาไว้พอประมาณตามกรอบแนวคิดที่ต้องการศึกษา 2) แบบสังเกต 3) เครื่องบันทึกเสียง 4) สมุดจดบันทึก 5) กล้อง 6) กล้องวิดีโอ 7) ตลอดจนผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยนำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในการพิจารณาสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) เป็นขั้นตอนแรกในการศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เพื่อนำมาประกอบการศึกษาการศึกษาเอกสารจากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ งานวิจัย บทสัมภาษณ์ และวิดีโอทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยตนเองโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ

อัตชีวประวัติ (Autobiography) และการบันทึกข้อมูลด้วยการเขียน บันทึกเสียง ภาพถ่าย

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ผลข้อมูลผู้วิจัยถอดบทสนทนาจากการสัมภาษณ์ (Verbatin) และใช้หลักการอุปมาน (Inductive Approach) โดยอาศัยการวิเคราะห์และการสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้นโดยการวิเคราะห์ แยกแยะ จัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ และจุดเด่นหรือจุดที่สำคัญของข้อมูล ส่วนการสังเคราะห์ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล สองสิ่งขึ้นไปมาทำการตีความ (Interpretation) ด้วยรูปแบบวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ เพื่อสร้างเรื่องเล่า (Narrative Analysis) โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แยกแยะเป็นหมวดหมู่ ตีความ และนำเสนอด้วยการบรรยายแบบเล่าเรื่อง โดยนำเสนอข้อมูลในแต่ละประเด็นที่ศึกษา บรรยายเป็นเรื่องราว พร้อมภาพประกอบ เพื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยใช้วิธีการจดบันทึก การบันทึกเสียง การถ่ายภาพ และการถ่ายวิดีโอ เพื่อการตรวจสอบข้อมูลที่ตรงกันและ ถูกต้อง (ชาย โพธิ์สิตา, 2550)

5. ผลการศึกษา

ภาพที่ 1

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร



ที่มา: ผู้วิจัย (2564)

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร (Eco Café & Restaurant) จุดเริ่มต้นจากแนวคิดของคุณกุลพัทธ์ จรัสว นะเพท หรือคุณอู๋ ที่คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพประกอบกับมีแหล่งวัตถุดิบอินทรีย์สำหรับประกอบอาหาร เช่น ผัก ผลไม้ ข้าว เป็นต้น ซึ่งเป็นที่สวนของตนเองในเขตพื้นที่เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร และอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และการให้ความสนใจอาหารชีวจิตตำรับ ดร.สาทิส อินทกำแหง ด้วยการรับประทานอาหารให้สมดุล ลดอาหารให้ถูกวิธี สุขภาพดี

กับอาหารชีวจิต ตลอดจนอุปนิสัยที่ชื่นชอบการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากเวลาทำงานประจำ จากจุดเริ่มต้นไปสู่การเปิดดำเนินธุรกิจร้านอาหารในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งตรงกับช่วงเวลาที่มีการสร้างถนนอุทยานแล้วเสร็จ กล่าวได้ว่าเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับความสวยงามของถนนอุทยาน โดยการแบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งของบ้านตนเองในการสร้างร้านอาหาร ซึ่งมีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 160 ตารางเมตร แบ่งเป็นขนาดพื้นที่ประกอบอาหาร 40 ตารางเมตร ห้องนั่ง 20 ตารางเมตร ขนาดพื้นที่บริการ 100 ตารางเมตร และเปิดให้บริการเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เนื่องด้วยตนเองมีงานประจำที่ทำอยู่เดิม นั่นจึงเป็นที่มาของการตั้งชื่อร้านอาหาร “ยามเย็นสุดสัปดาห์” โดยมุ่งเน้นการประกอบอาหาร “ลด ละ เลิก สารเคมี” คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพ โดยจากการศึกษาสามารถนำเสนอกลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจ : เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานครได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียว

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร ได้มีการนำกลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวมาใช้ในการดำเนินธุรกิจโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การผลิตอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีเครือข่ายที่ทำงานด้านผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และผลิตภัณฑ์สีเขียว (Organic /Green product) โดยเป็นเครือข่ายทำงานร่วมกันมาประมาณ 3 ปี วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการปรุงอาหารจะใช้จากสมาชิก ปลุก ปรง เปลียน และจากการคัดสรรแหล่งวัตถุดิบที่ผลิตจากเกษตรกรในละแวกใกล้เคียง ผู้ประกอบการการใช้วิธีการคิดรายการอาหารที่ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลให้มากขึ้น เนื่องจากการลดต้นทุนและใช้วัตถุดิบสอดคล้องกับผลผลิตตามฤดูกาล และส่งเสริมร่วมมือกันทำงานกับชุมชนใกล้เคียง รวมทั้งการวางแผนร่วมกันในการสั่งซื้อวัตถุดิบ เพื่อลดปริมาณขยะ เช่น สั่งให้มาส่งที่ร้านในปริมาณที่มากหรือไปรับสินค้าเองโดยนำบรรจุภัณฑ์ไปใส่

2. การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการดำเนินงานการสร้างเอกลักษณ์การให้บริการอาหาร การจัดตั้งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการออกแบบร้านโดยไม่ตัดต้นไม้ และตกแต่งร้านด้วยไม้ประดับ และทำระบบหมอกไอน้ำ ระบบอัตโนมัติ โดยพึ่งพาธรรมชาติช่วยลดอุณหภูมิและรดน้ำต้นไม้ไปด้วย โต๊ะในร้านเป็นไม้ด้วยวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และตกแต่งด้วยไม้ไผ่ช่วยกรองแสงแดด การเลือกใช้วัสดุ ของใช้สิ้นเปลืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเครือข่าย ปัน ปัน กรีน และปฐมโอค เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ กระจกชำระ เป็นต้น ด้านการบริการ มีการป้องกันการรับคำสั่งอาหารผิด ด้วยการรับรายการอาหารลูกค้าแล้ว ต้องมีการทวนคำสั่งอาหารทุกครั้งและหากมีการผิดในส่วนของการลงอาหารผิดโต๊ะ หรือพนักงานตรวจสอบทวนรายการอาหารผิด จะมีการประชุมกันเพื่อหาแนวทางแก้ไขทุกครั้ง ตลอดจนทำป้ายเชิญชวนลูกค้าร่วมรณรงค์ใช้หลอดพลาสติก เป็นการลดวัสดุสิ้นเปลืองบนโต๊ะอาหาร นอกจากนี้ส่งเสริมให้ลูกค้า นำภาชนะมาใส่อาหารเองกลับบ้าน เป็นการบริการที่ลดการใช้ภาชนะครั้งเดียวทิ้ง และมีส่วนลดให้ ร้อยละ 10 ส่วนเครื่องดื่มหากนำแก้วมาเองจะมีส่วนลดให้ร้อยละ 20 ก็จะเป็นการช่วยลดขยะบรรจุภัณฑ์

3. การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้หลอดไฟประหยัด (LED) ประมาณ 90 % ใช้เครื่องปรับอากาศ พัดลม อุปกรณ์ประหยัดไฟเบอร์ 5 ไฟส่องสว่างพลังแสงอาทิตย์ส่องสว่างกลางแจ้ง และอุปกรณ์ไฟเปิดปิดอัตโนมัติบริเวณห้องน้ำ มีการติดตั้งบ่อบำบัด ก่อนปล่อยน้ำออกนอกอาคาร ขนาดบ่อละ 1,000 ลิตร จำนวน 2 บ่อ ที่มีผักขยอยู่ในที่ร่ม หลังคาคลุมกันแดด กันฝน ถ้ายาเทอากาศได้ดี มีการคัดแยกขยะรีไซเคิล ขยะทั่วไป และขยะเศษอาหาร ตลอดจนการจัดการเสียงและมลพิษ เนื่องร้านอาหารยามเย็นตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่แออัดห่างจากบ้านข้างเคียงมาก จึงไม่มีการรบกวนพื้นที่ข้างเคียงเรื่องเสียง กลิ่นมีปล่องดูดควันอาหาร และพ่นไปในทิศทางลมที่ไม่รบกวนข้างเคียง

4. การบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่น มีการจ้างพนักงานซึ่งเป็นคนในชุมชน นำเศษอาหาร เศษผัก หมักทำเป็นปุ๋ยใช้ในร้าน และส่งต่อขยะอินทรีย์ให้สวนมะพร้าวในชุมชนท้องถิ่น นำเศษอาหารไปทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ นอกจากนี้ร้านอาหารยามเย็นยังส่งต่อขยะรีไซเคิลให้กับธนาคารขยะรีไซเคิลกับมหาวิทยาลัยมหิดล

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

2.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการ ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการมุ่งเน้นการประกอบอาหาร “ลด ละ เลิก สารเคมี” คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพ ปรับอาหารแบบ Slow Food ทั้งอาหารไทย อาหารต่างประเทศ ใช้วัตถุดิบคัดสรรจากธรรมชาติ ตลอดจนเครื่องตีประเภทกาแฟ โกโก้อร์แกนิก และนมสดออร์แกนิกในการให้บริการแก่ลูกค้า

2.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดกิจกรรม ผู้ประกอบการได้มีการจัดตลาดสีเขียวทุกวันเสาร์ต้นเดือน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้แปรรูปที่มีใจรักอินทรีย์ มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าทุกเสาร์ต้นเดือน และเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายคนทำงานด้านอินทรีย์ได้มาพบปะกัน การจัดตลาดสีเขียวสัญจร ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นแกนนำร่วมจัดกับองค์กรที่สนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารปลอดภัย ให้ความรู้กับผู้บริโภคให้สร้างจิตสำนึก เข้าใจเรื่องวัตถุดิบ และการดูแลสิ่งแวดล้อม การปรุงอาหารอย่างปลอดภัย ลด ละ เลิก เคมีสังเคราะห์ ไม่ใส่สารกันบูด โดยจัดการปฏิบัติสร้างการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ มีร้านค้าเข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 80 ร้าน นับว่าเป็นงานตลาดสีเขียวที่สำคัญงานหนึ่ง มีร้านค้าเข้าร่วมจากเกษตรกรอินทรีย์ และผู้ประกอบการโดยตรง

2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการรวมกลุ่มเครือข่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการรวมกลุ่มวิถิชุมชน “ปลูก ปรุง เปลี่ยน” ซึ่งเกิดจากปัญหาแหล่งวัตถุดิบอินทรีย์สำหรับประกอบอาหารไม่เพียงพอ จึงจัดให้มีการสร้างกลุ่มวิถิชุมชนด้วยการสร้างเครือข่ายใหม่ เชื่อมโยงการทำงานระหว่าง 3 กลุ่ม ขึ้นในปี พ.ศ. 2560 คือ 1) ผู้ปลูก หรือเกษตรกร รวมกลุ่มรักกันปลูกแบบอินทรีย์ 2) ผู้ปรุง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคนกลาง ประกอบอาหารที่ติดต่อสุขภาพ 3) ผู้บริโภค ที่รวมตัวกันทำงานภาคสังคม โดยการรวมกลุ่มของผู้บริโภคในปัจจุบันยังไม่มี การรวมตัวกัน ยังไม่มีแนวคิดร่วมกัน อีกทั้งยังไม่มี การส่งเสริมและรับฟังเหตุผลปัญหากับเกษตรกรหรือผู้ปลูก รวมถึงการวางแผนร่วมกันเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร การวางแผนการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสร้างพลังการเปลี่ยนแปลงของอาหารเมือง ซึ่งกลุ่มมีแนวคิดร่วมกันในการค้นหาหลักปรัชญา “จักรวาลในซามข้าว” คือ ผู้ปลูก ผู้ปรุง ผู้บริโภค คือ หนึ่งเดียวกัน สร้างให้เกิดชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ได้รู้จักเป็นเพื่อนกัน ทำงานร่วมกัน โดยใช้ชื่อกลุ่ม กลุ่มปลูก ปรุง เปลี่ยน โดยมีคำปฏิญาณที่ร่วมกันกำหนดไว้ว่า “เราปลูก เราปรุงอาหารที่ดีกับสุขภาพ เราเปลี่ยนการกินอยู่ด้วยการ ลด ละ เลิกสารเคมีมีพิษ รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม มีความพอเพียง ขายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม เปิดเผยข้อมูลความรู้ และร่วมกันพัฒนามาตรฐานของกลุ่ม” โดยปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มกว่า 200 คน

2.4 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนาบุคลากร การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนาบุคลากร จากการดำเนินงานของกลุ่ม “ปลูก ปรุง เปลี่ยน” ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานตลาดสีเขียวที่ประเทศเกาหลีด้านแนวทางการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยศึกษาถึงวิธีการคัดแยกขยะ การมีจิตอาสาเป็นอาสาสมัครช่วยทำงาน การให้บริการยิ้มอาชนะใส่อาหาร และรับประทานอาหาร ได้แก่จาน ช้อนส้อม และมีการคัดกรองร้านค้าที่มีมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการศึกษาดูงานวิธีการการล้างขวดที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการให้ความรู้ มีจิตอาสาช่วยทำงาน การหาผู้ร่วมสนับสนุนงาน และทำงานด้วยการลงมือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหลังจากที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร กลับจากการศึกษาดูงานได้ถอดองค์ความรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับและเผยแพร่แก่สมาชิกภายในกลุ่มโดยจัดประชุมเรื่องการจัดการขยะ การมีจิตอาสาคอยดูแลและให้ความรู้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยจัดพื้นที่การจัดการขยะให้อยู่ในสถานที่ที่สามารถมองเห็นเป็นการเรียนรู้ไปด้วยกัน

3. ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็นในปัจจุบันมีความจำเป็นผู้ประกอบการ ต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อสามารถดำเนินการอย่างยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและความไม่แน่นอนที่ไม่สามารถคาดการณ์ขนาดได้ การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก และภายในยิ่งทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดย “มุ่งเน้นให้มีความรู้ ให้ตระหนักถึงผลเสียกับโลก ลดสิ้นเปลือง สูญเสีย พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดประโยชน์ ให้เป็นระบบตามมาตรฐาน ติดตามผลเชิงปฏิบัติ เชิงประสิทธิภาพ และประเมินผลงาน” เพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจร้านอาหารสามารถเป็นกรอบขีดความสามารถให้มี

ความยืดหยุ่น ตอบสนอง และปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งระบบ ตลอดจนชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และกิจกรรมที่สร้างมูลค่าและผลกำไรของธุรกิจ

ด้วยการดำเนินการธุรกิจร้านอาหารที่คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินงานภายใต้กลุ่ม “ปลูก ปูรง เปลี่ยน” และการเผยแพร่องค์ความรู้แก่สมาชิก ผู้ที่สนใจ และลูกค้าที่มาใช้บริการ จนร้านอาหารยามเย็นได้เข้าร่วมโครงการนำร่อง Green Restaurant ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำไปสู่ความสำเร็จแห่งรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมระดับ “G สีทอง” Green Restaurant ในปีพ.ศ. 2562 เนื่องจากเป็นร้านอาหารที่สามารถบริหารจัดการและคัดสรรวัตถุดิบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามการได้รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ยังคงสานต่อเจตนารมณ์ การประกอบอาหาร และเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่ายอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้กำหนดแนวทางการทำงานในปีพ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งต้องทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืน โดยทำงานของตนเองให้ดี ไม่สร้างภาระให้คนอื่น พัฒนางานของตนเอง ติดตามผล ช่วยกันแชร์ประสบการณ์ที่ดีในการทำงาน โดยจะเน้นการออกตลาดสีเขียวสัญจร และทำกิจกรรม Green Table และกิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารแบบ สโลฟู้ด (Slow Food) ซึ่งเป็นอาหารที่มีรสชาติเป็นจุดเด่นของร้านอาหาร

จากจุดเริ่มต้นแนวคิดอาหารเพื่อสุขภาพ และการดำเนินธุรกิจสีเขียวตลอดจนการได้รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถนำเสนอเป็นภาพความสำเร็จได้ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2

ความสำเร็จด้วยกลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร



ที่มา: ผู้วิจัย (2564)

กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็น กรุงเทพมหานคร ที่มุ่งเน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามแนวทางปฏิบัตินำไปสู่การดำเนินการร้านอาหารตามกลยุทธ์ธุรกิจสีเขียว การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ และความต่อเนื่องทางธุรกิจที่ดังแสดงในภาพที่ 3

ภาพที่ 3

กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารยามเย็น



ที่มา: ผู้วิจัย (2564)

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า จุดเริ่มต้นแนวคิดร้านอาหารยามเย็น ที่คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพประกอบกับมีแหล่งวัตถุดิบอินทรีย์สำหรับประกอบอาหาร นำไปสู่การเปิดธุรกิจร้านอาหาร โดยมุ่งเน้นการประกอบอาหาร “ลด ละ เลิก สารเคมี” คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพ จนร้านอาหารยามเย็นได้เข้าร่วมโครงการนำร่อง Green Restaurant ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำไปสู่ความสำเร็จแห่งรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมระดับ “G สีทอง” Green Restaurant ในปีพ.ศ. 2562

1. กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารยามเย็น ประกอบด้วย 1) การผลิตอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีเครือข่ายที่ทำงานด้าน ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และผลิตภัณฑ์สีเขียว ผู้ประกอบการการใช้วิธีการคิดรายการอาหารที่ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลให้มากขึ้น เนื่องจากการลดต้นทุนและใช้วัตถุดิบสอดคล้องกับผลผลิตตามฤดูกาล และส่งเสริมร่วมมือกันทำงานกับชุมชนใกล้เคียง สอดคล้องกับขบวนการวิวัฒน์วนาวิช โอยามา และจริยธรรม สินธุพันธุ์ (2562) ผลการศึกษาพบว่า การเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ อาทิ การเชื่อมโยงผู้ใช้วิถีชีวิตออร์แกนิกด้วยตนเอง การเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภค รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกใหม่ร่วมกันระหว่างสมาชิกของกลุ่ม 2) การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการออกแบบร้านโดยไม่ตัดต้นไม้ และตกแต่งร้านด้วยไม้ประดับ และทำระบบหมอกไอน้ำ ระบบอัตโนมัติ โดยพึงพาธรรมชาติ

ช่วยลดอุณหภูมิและลดน้ำดันไม้ไปด้วย สอดคล้องกับอูรีพี สุวรรณเดชา (2559) ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารควรใช้มาตรการการออกแบบและสร้างร้านอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยกลยุทธ์การประหยัดพลังงานและน้ำและเลือกใช้วัสดุก่อสร้างและวิธีการก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการใช้หลอดไฟประหยัด LED ประมาณร้อยละ 90 ใช้เครื่องปรับอากาศ พัดลม อุปกรณ์ประหยัดไฟเบอร์ 5 ไฟส่องสว่างพลังแสงอาทิตย์ ส่องสว่างกลางคืน และอุปกรณ์ไฟเปิดปิดอัตโนมัติบริเวณห้องน้ำ มีการติดตั้งบ่อบำบัด สอดคล้องกับภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมมีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐานโดยมีการรับรองเรื่องประสิทธิภาพ เช่น การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีฉลากไฟเบอร์ 5 มีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยในการประหยัดไฟ เป็นต้น 4) การบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่น มีการจ้างพนักงานซึ่งเป็นคนในชุมชน นำเศษอาหาร เศษผัก หมักทำเป็นปุ๋ยใช้ในร้าน และส่งต่อขยะอินทรีย์ ให้สวนมะพร้าวในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมเลือกใช้วัสดุติดปูที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นก่อนเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้คนในท้องถิ่น มีการใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยอินทรีย์ แทนปุ๋ยเคมี

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ประกอบด้วย 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการ ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการมุ่งเน้นการประกอบอาหาร “ลด ละ เลิก สารเคมี” คำนึงถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับ อธิป จันทรสุรีย์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2561) ผลการศึกษาพบว่า การปลูกพืชผักปลอดสารพิษ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัย สะอาด และมีประโยชน์ 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดกิจกรรม ผู้ประกอบการได้มีการจัดตลาดสีเขียวทุกวันเสาร์ต้นเดือน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกร และผู้ประกอบการที่มีใจรักอินทรีย์ มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าทุกเสาร์ต้นเดือน และเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายคนทำงานด้านอินทรีย์ได้มาพบปะกัน 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการรวมกลุ่มเครือข่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการสร้างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยการสร้างเครือข่ายใหม่เชื่อมโยงการทำงานระหว่าง 3 กลุ่มร่วมกัน สอดคล้องกับทศพร กาญจนภรณ์ (2562) ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงแรมกับท้องถิ่นสามารถกระทำได้หลากหลายทางเพื่อให้ท้องถิ่นมีรายได้และส่งเสริมความมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีโอกาสศึกษาดูงานต่างประเทศ และได้ถอดองค์ความรู้เผยแพร่แก่สมาชิกภายในกลุ่มโดยการจัดการร่วมกัน สอดคล้องกับอภิณัฐ ชัยเฉลิมศักดิ์ และคณะ (2559) ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารเลือกใช้วัสดุที่ใช้บรรจุอาหารเป็นพลาสติกที่นำกลับมารีไซเคิลได้ สร้างพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นและทำให้ลูกค้าตระหนักถึงการใส่ใจธรรมชาติ

3. ความต่อเนื่องทางธุรกิจ การดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพยามเย็นในปัจจุบันมีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ ต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อสามารถดำเนินการอย่างยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและความไม่แน่นอนที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดย “มุ่งเน้นให้ความรู้ ให้ตระหนักถึงผลเสียกับโลก ลดสิ้นเปลือง สูญเสีย พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดประโยชน์ ให้เป็นระบบตามมาตรฐาน ติดตามผลเชิงปฏิบัติ เชิงประสิทธิภาพ และประเมินผลงาน” สอดคล้องกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2560) กล่าวว่า การวางแผนและการนำกลยุทธ์ความต่อเนื่องทางธุรกิจไปปฏิบัติ เพื่อให้กิจกรรมที่มีความสำคัญต่อธุรกิจดำเนินต่อไปได้

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาพบว่า การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านอาหารยามเย็นมีการจัดป้ายเชิญชวนลูกค้าร่วมรณรงค์ใช้หลอดพลาสติกเป็นการลดวัสดุสิ้นเปลืองบนโต๊ะอาหาร ทั้งนี้ร้านอาหารอาจหาวิธีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ลูกค้าในการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากความพึงพอใจของลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายขึ้นในชุมชน ทั้งนี้อาจมีการศึกษาคุณภาพสินค้าเกษตรในชุมชนเพื่อพัฒนาและต่อยอดสู่ระบบอาหารปลอดภัย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน พัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรในชุมชนที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการรวมกลุ่มของเกษตรกร และผู้ประกอบการ ทั้งนี้อาจมีการศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผน พัฒนาด้านวัตถุดิบ การบริการของกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560, 13 มีนาคม). *หนังสือคู่มือการพัฒนามูลค่าเพิ่ม*. <http://econs.co.th/index.php/2018/06/21/dbdvaluecreationhandbook/>.
- คมศักดิ์ สว่างไสว. (2559, 13 มีนาคม). *ธุรกิจสีเขียว (Green Business)*. <https://progreencenter.org/2016/02/09-green-business/>.
- จรัญญา วงษ์ดอนขมิ้น. (2557). การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของบริษัทின் จำกัด. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 7(1), 191-201
- ชญาณัฐ วิวัฒนพานิช โอยามา และ จิรยุทธ์ สินธุ์พันธุ์. (2562). การขับเคลื่อนนวัตกรรมสังคมผ่านเรื่องเล่าของคนต้นแบบวิถีชีวิตออร์แกนิก. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 6(9), 4582-4596.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). อมรินทร์ พรินตติ้งแอนด์พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).
- ทศพร กาญจนภรณ์. (2562). *การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษานิพนธ์ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฝนทิพย์ ขาวไสว. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 39-50.
- พิพัฒน์ วีระถาวร. (2555). ธุรกิจสีเขียว (Green Business) โอกาสของประเทศไทย. *วารสารแก่นเกษตร*. 40(1), 11-13.
- พิทักษ์ศิริวงศ์ กำพล เขียวชาญศิลป์ และอภิวัฒน์ บางเหลือ. (2561). *การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ : กรณีศึกษา ร้านสวนผักน้ำ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 361-369.
- ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2563). โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 117-134.
- วรราช ดันตวิวัฒน์. (2558). SINGAPOREกับธุรกิจสีเขียว. *วารสาร SME Thailand*.
- สลิลทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2555). การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ..ทางรอดของธุรกิจภาวะวิกฤต. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 4(1), 68-77.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). *คู่มือการจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

- อกณิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์ ปาลิตา พรรณรัตน์ ประทุม สุดใจ ณัฐจิรา อิมิเศษ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของร้านออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่. *Veridian E-Journal*, 9(1), 223-236.
- อธิป จันทร์สุริย์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2561). เรื่องเล่าความสำเร็จการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยกระบวนการทัศน์การใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง สวนลุงนิล อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(1), 222-237.
- อรุณี สุวรรณเดชา. (2559). การรับรู้เกี่ยวกับร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของนักท่องเที่ยวอาเซียนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยบูรพา].
- ไอเดียธุรกิจ. (2558, 13 มีนาคม). 4 โอกาสเพื่อพัฒนาธุรกิจสีเขียว. <http://incquity.com/articles/go-green-business-trend>.
- Chan, R. Y., He, H., Chan, H. K., and Wang, W. Y. (2012). Environmental orientation and corporate performance: The mediation mechanism of green supply chain management and moderating effect of competitive intensity. *Industrial Marketing Management*, 41(4), 621-630.
- Chen, Y. S., Lai, S. B., and Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of business ethics*, 67(4), 331-339.
- Gavronski, I., Klassen, R. D., Vachon, S., and Nascimento, L. (2011). A resource-based view of green supply management. *Transportation Research Elsevier Journal*, E (47), 872-885.
- Hatten. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (6th Ed). Timothy S. Hatten.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14th ed). Pearson Prentice Hall.
- Levitt, T. (1980). Marketing Success through Differentiation of anything. *Harvard Business Review*, 1(2), 83-91.
- Nilson, H. T. (1992). *Value-Added Marketing. Marketing Management for Superior Results*. McGraw-Hill
- Naumann, E. (1995). *Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage*, Thompson Executive Press, OH.

การเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสด้วยโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ
โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน
THE ENHANCEMENT OF MARITAL SATISFACTION THROUGH THE INTEGRATED
COUPLE COUNSELING PROGRAM BASED ON STRATEGIC THEORY

อารีย์ กุศล¹ เพ็ญภา กุลนภาดล² และ วรากร ทรัพย์วิระปกรณ์³

Aree Kusun, Pennapha Koolnaphadol and Warakorn Supwirapakorn

Article History

Received: 07-06-2021; Revised: 30-07-2021; Accepted: 17-09-2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มี 2 ระยะ ระยะที่ 1 เพื่อพัฒนาแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส และหาเกณฑ์ปกติของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ระยะที่ 2 เพื่อพัฒนาโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส และศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน เป็นการวิจัยเชิงทดลอง กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา คือ คู่สมรสที่ได้ทำการจดทะเบียนสมรสถูกต้องตามกฎหมาย และใช้ชีวิตสมรสร่วมกันมากกว่า 4 ปี ขึ้นไป และมีคะแนน ความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำกว่าเกณฑ์ปกติในระดับปานกลางลงมาทั้งคู่ คือ มีคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำกว่า 141 คะแนน (คะแนนเต็ม 200 คะแนน) คัดเลือกเป็นกลุ่มทดลอง จำนวน 10 คู่ และ กลุ่มควบคุม จำนวน 10 คู่ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบวัดความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสและโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน สองทางแบบวัดซ้ำ (Two-way repeated measures ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีจำนวน 40 ข้อ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .94
- 2) เกณฑ์ปกติของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสในรูปคะแนนที่ปกติ (Normalized T-score) ได้แก่ ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสน้อยที่สุด มีคะแนนน้อยกว่า 109 คะแนน ระดับน้อย 109-140 คะแนน ระดับปานกลาง 141-171 คะแนน

¹ นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Ph.D. (Candidate) in Counseling Psychology, Faculty of Education, Burapha University,
E-mail: aree@go.buu.ac.th *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Associate Professor, Ph.D., in Counseling Psychology, Faculty of Education, Burapha University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Assistant professor, Ph.D., in Counseling Psychology, Faculty of Education, Burapha University

ระดับมาก 172-189 คะแนน และระดับมากที่สุด มีคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 190 คะแนน

- 3) โปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน มีทั้งหมด 10 ครั้ง ครั้งละ 60-90 นาที
- 4) คู่สมรสที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน มีความพึงพอใจในชีวิตสมรสสูงกว่าคู่สมรสกลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ
- 5) คู่สมรสที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล สูงขึ้นกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ทฤษฎีกลยุทธ; การศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการ; ความพึงพอใจในชีวิตสมรส

ABSTRACT

There were two phases of this research, First phase was developing a measure of marital satisfaction scale and determine the norms of the marital satisfaction measurement model. The second phase developed the integrated marriage counseling program based on strategic theory for the enhancing marital satisfaction and also studied the result of the program implemented. In this experimental research, the sample group used in the study were married couples who had registered their marriages, had been married for more than 4 years and both got the marital satisfaction score lower than norms at a moderate level, both had a marital satisfaction score of less than 141 (full score of 200), selected as the experimental group of 10 couples and control group of 10 couples. The tool used in this program was the marital satisfaction scale and integrated couple counseling program based on strategic theory. The data were analyzed by using Two-way repeated measures ANOVA.

The results of the research were as follows:

- (1) The marital satisfaction scale developed by the researcher consisted of 40 items which reliability is .94
- (2) Norms of the marital satisfaction scale in the form of a normalized T-score, i.e. the lowest level of marital satisfaction, with a score of fewer than 109 points; a low level of 109-141 points; a moderate level of 141-171 points; a high level of 172-189 points; and the highest level of a score greater than or equal to 190 points.
- (3) The integrated marriage counseling program based on strategic theory was a total of 10 sessions, 60-90 minutes each time.
- (4) Couples who were counseled with the integrated marriage counseling program based on strategic theory had higher marital satisfaction than the control group statistically significant at .05. And
- (5) Couples who were counseled with the integrated marriage counseling program based on strategic theory had mean marital satisfaction for the post-trial period and the follow-up period was higher than the pre-trial period statistically significant at .05

Keywords: Strategic theory; Integrated couple counseling; Marital satisfaction

1. บทนำ

การใช้ชีวิตคู่ให้มีความสุข และครองคู่ในชีวิตสมรสให้ยาวนานนั้น เริ่มจากคู่สมรสต้องปรับตัวและร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม จึงจะทำให้คู่สมรสเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน สร้างครอบครัวที่มีความสุขและใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างยาวนาน และสามารถช่วยลดผลกระทบที่มีต่อสังคมได้ (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2559) จะเห็นได้ว่าชีวิตสมรส จึงเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างคู่สมรส และเป็นชีวิตแห่งการปรับตัวเข้าหากันตลอดเวลา เพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและยืนยาว ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตสมรส สอดคล้องกับ Tavakon, et. al. (2017) มีมุมมองว่าความสำเร็จของการแต่งงาน คือการที่คู่สมรสครองรักกันได้ยาวนาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในชีวิตสมรส ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสุขและความมั่นคงในชีวิตสมรสของบุคคล ความพึงพอใจในชีวิตสมรส (Marital satisfaction) จึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการใช้ชีวิตของคู่สมรส เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณภาพชีวิตสมรสของแต่ละครอบครัว บุคคลเมื่อเข้าสู่ชีวิตสมรสย่อมมีความคาดหวังและปรารถนาให้ชีวิตสมรสประสบแต่ความสุขและสมหวัง อันจะนำไปสู่ความมั่นคงของครอบครัว และทำให้สมาชิกในครอบครัวมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี หากความพึงพอใจในชีวิตสมรส ลดลงอาจทำให้เกิดความแตกแยก ที่นำไปสู่ความล้มเหลวของการครองชีวิตคู่ได้ในภายหลัง (วิไลวรรณ รังสรัย, 2559) ดังนั้น คู่สมรสที่มีความพึงพอใจในชีวิตสมรส จะทำให้ครอบครัวมีสมรรถนะ ในการจัดการกับวิกฤตการณ์ในครอบครัว เกิดครอบครัวที่มีคุณภาพ มีวิธีการในการแก้ปัญหาหรือกอบกู้สถานการณ์ที่วิกฤต ให้กลับสู่สภาพที่ดีเช่นเดิมได้ ถือเป็นการวางรากฐานที่เป็นปึกแผ่น มั่นคงในสังคม ซึ่งจะช่วยสกัดกั้นและป้องกันปัญหาสังคมได้

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคู่สมรสจากฐาน ข้อมูลในประเทศไทย ยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้การปรึกษา หรือเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสให้กับคู่สมรส ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรทางจิตวิทยาอื่น ๆ เช่น กอบกุล พิชัยณรงค์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความเท่าเทียมในบทบาททางเพศ การสื่อสารในครอบครัว และความพึงพอใจชีวิตสมรส ของอาสาสมัครสาธารณสุข อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี และ วิไลวรรณ รังสรัย (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์กับความพึงพอใจในชีวิตสมรสของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นต้น จะเห็นได้ว่างานวิจัยในระยะหลังให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในชีวิตสมรส ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ ในการใช้ชีวิตร่วมกันของคู่สมรส ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นพื้นฐานของความสุขในชีวิตสมรส ความมั่นคงในชีวิตสมรส และก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตสมรสที่ดี ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการให้การปรึกษาคู่สมรสว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสให้กับคู่สมรสได้ ทำให้คู่สมรสใช้ชีวิต ร่วมกันได้ยาวนานขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสให้กับคู่สมรส โดยเริ่มจากการพัฒนา แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เนื่องจากปัจจุบันยังไม่พบการสร้างเกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสในประเทศไทย ประกอบกับ แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสที่สร้างขึ้น มีความสอดคล้อง กับบริบทของสังคมไทย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาโปรแกรม การให้การปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสให้กับคู่สมรส ซึ่งจะทำให้คู่สมรสมีความพึงพอใจในชีวิตสมรสเพิ่มขึ้น ด้วยการให้การปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการนั้น จะช่วยให้ผู้รับการปรึกษาเกิดการเชื่อมโยงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้รับการปรึกษา จนเกิดความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ของตนเอง รวมทั้งกระจ่างในความคิด ทำให้ผู้รับการปรึกษาสามารถแก้ไขปัญหา รวมทั้งพัฒนาตนเองได้ (Corey, 2015) สอดคล้องกับ อุมพร ตรังคมบัติ (2556) ที่กล่าวถึงการให้การปรึกษาในศตวรรษที่ 21 ว่าสิ่งที่ควรตระหนัก ถึงคือ “ความจริง” ไม่ได้มีเพียง “หนึ่งเดียว” ไม่มีทฤษฎีใดที่ “สมบูรณ์พอ” ที่จะอธิบายความซับซ้อนของมนุษย์ แต่ละแนวคิด ทฤษฎีมีทั้งจุดอ่อนและจุดแข็ง จึงทำให้รูปแบบการให้การปรึกษา ในปัจจุบันเป็นแบบบูรณาการ นอกจากนี้สอดคล้องกับ ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2554) ที่กล่าวว่ากระบวนการการปรึกษาเป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ให้การปรึกษาต้องมีการพิจารณา เทคนิคและทฤษฎีที่มีความเหมาะสมกับผู้รับการปรึกษา ดังนั้นการให้การปรึกษาคู่สมรสในปัจจุบัน จึงเป็นรูปแบบการบูรณาการแนวคิดทฤษฎีและเทคนิคการให้การปรึกษาซึ่งจะทำให้การช่วยเหลือในด้านการปรึกษาคู่สมรสประสบความสำเร็จ

และเป็นการแสดงถึงความพยายามในการช่วยเหลือคู่สมรสอย่างตรงสาเหตุ และเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Lebow, 2003) ผู้วิจัยได้เลือกใช้การให้การปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการทฤษฎีและเทคนิค (Assimilate integrative counseling) โดยมีแนวคิดการปรึกษารอบครัวทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน เนื่องจากการปรึกษาครอบครัวทฤษฎีกลยุทธ์ เป็นทฤษฎีที่มีความเหมาะสมในการเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส มีแนวคิดในการแก้ปัญหา ที่เป็นปัจจุบัน มีประสิทธิภาพในการจัดการความขัดแย้งในคู่สมรส มีลักษณะที่กระชับและตรงประเด็น ให้ความสำคัญต่อรูปแบบการสื่อสารที่เป็นปัจจุบัน และการแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ใน ปัจจุบัน (เพ็ญนภา กลุณภาดล, 2560) สอดคล้องกับ Goldenberg and Goldenberg (2008) ที่กล่าวถึงการปรึกษารอบครัวทฤษฎี กลยุทธ์ว่าเป็นวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความขัดแย้ง ในคู่สมรส วิธีการนี้มีเป้าหมายในการลดหรือกำจัดพฤติกรรมหรือปัญหาของคู่สมรสที่มีในปัจจุบัน โดยจะไม่เน้นที่ความหมาย ของพฤติกรรมหรือต้นกำเนิดของปัญหาเหล่านั้น นักการปรึกษา ครอบครัวตามแนวทฤษฎีกลยุทธ์นี้ จะมีการชี้แนะให้คู่สมรสเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม มีความสั้น กระชับ และตรงประเด็น เน้นการแก้ไขปัญหาครอบครัว ในรูปแบบของการสื่อสาร เพื่อให้ ครอบครัวได้มีทางเลือกในการปฏิบัติแทนที่วิธีการเดิมที่ซ้ำซากไม่ได้ผล ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนา แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสที่มีคุณภาพและมาตรฐานและสร้างเกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส และพัฒนาโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสให้กับคู่สมรส ซึ่งจะส่งผลให้คู่สมรสมีความพึงพอใจในชีวิตสมรสเพิ่มขึ้น มีชีวิตสมรสที่เป็นไปอย่างราบรื่นและมีความสุข มีความมั่นคงในชีวิตสมรส และมีคุณภาพชีวิตภายในครอบครัวที่ดีขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ของการวิจัย ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส

1. เพื่อพัฒนาแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส
2. หาเกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส

การวิจัยระยะที่ 2 การศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

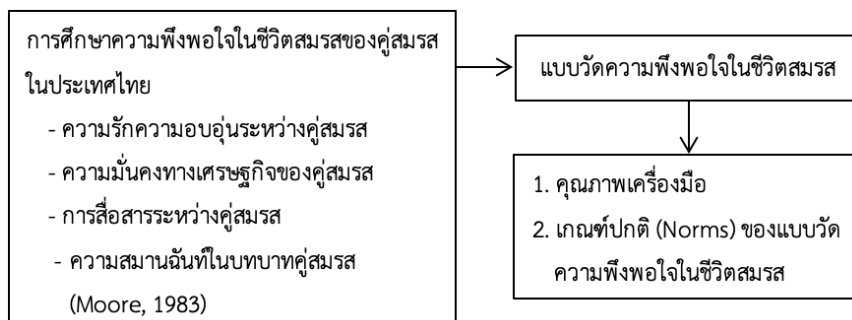
1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส
2. เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ที่มีต่อความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผลของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส

ภาพที่ 1

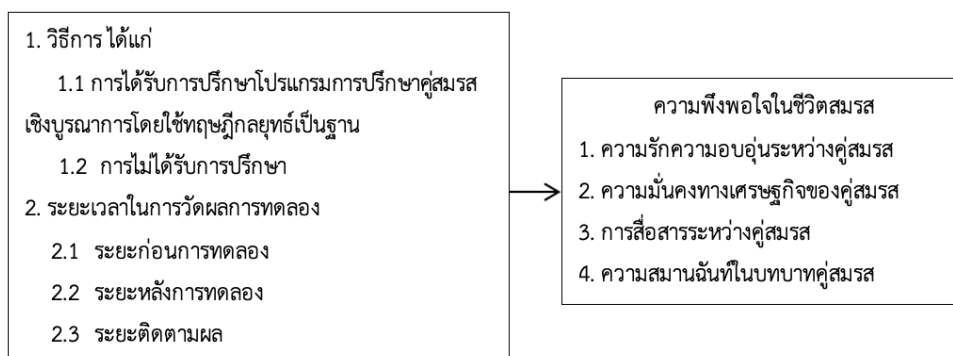
กรอบแนวคิดการศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส



กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 2 การศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

ภาพที่ 2

กรอบแนวคิดการศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน



4. ระเบียบวิธีวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ คู่สมรสที่จดทะเบียนสมรสถูกต้องตามกฎหมาย และใช้ชีวิตสมรสร่วมกันมากกว่า 4 ปี ขึ้นไป รวมจำนวน 43,549 คู่ เนื่องจากไม่มีการเก็บข้อมูลคู่สมรสที่ใช้ชีวิตร่วมกันมากกว่า 4 ปีขึ้นไป จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัย จึงใช้ข้อมูลการจดทะเบียนสมรสจำแนกตามภูมิภาค และจังหวัด ในปี พ.ศ. 2559 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (กรมการปกครอง, 2563) ซึ่งเป็นจำนวนคู่สมรสที่จดทะเบียนสมรสถูกต้องตามกฎหมาย และประมาณการได้ว่าใช้ชีวิตสมรสร่วมกันมากกว่า 4 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในระยะที่ 1 ในการพัฒนาแบบวัด ความพึงพอใจในชีวิตสมรสและการหาเกณฑ์ปกติ (Norms) ผู้วิจัยใช้ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multiple-Stage Random Sampling) โดยกำหนดขนาดของ กลุ่มตัวอย่างจากการเทียบตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) จำนวนประชากร คือ 43,549 คู่ (87,098 คน) ได้ขนาดของ กลุ่มตัวอย่าง คือ 380 คู่ (760 คน) และเพื่อป้องกันการสูญหาย ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 คู่ (800 คน) มีรายละเอียดขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยแบ่งประชากรทั้งหมดตามภูมิภาค ออกเป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้
- 2) ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มจังหวัดโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลากจากทั้งหมด 4 ภาค ได้จำนวน ทั้งสิ้น 8 จังหวัด และแบ่งสัดส่วนตามจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่าง ของแต่ละจังหวัด โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2553) ได้ผล การแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ภาคกลาง สุ่มได้ จังหวัด ชลบุรี (146 คู่) และจังหวัดกาญจนบุรี (28 คู่) ภาคเหนือสุ่มได้ จังหวัดลำปาง (27 คู่) และจังหวัดนครสวรรค์ (34 คู่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สุ่มได้จังหวัดยโสธร (17 คู่) และจังหวัดขอนแก่น (67 คู่) ภาคใต้ สุ่มได้จังหวัดสงขลา (59 คู่) และจังหวัดตรัง (22 คู่)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 1 ได้แก่ แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในระยะที่ 1 ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในระยะที่ 1 โดยผู้วิจัยดำเนินการติดต่อประสานงานกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหาร

ส่วนจังหวัดในแต่ละจังหวัด ที่ผู้วิจัยทำการสุ่มอย่างง่ายจาก 4 ภาค จำนวน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัด ลำปาง จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดยโสธร จังหวัดขอนแก่น จังหวัด สงขลาและจังหวัดตรัง ในการขอความอนุเคราะห์ ประชาสัมพันธ์ การเก็บข้อมูลวิจัย

2. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดในจังหวัดต่าง ๆ นำใบประชาสัมพันธ์ ที่มี Link และ QR Code ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ที่สนใจเข้าร่วมตอบแบบวัด เพื่อดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างหาความเชื่อมั่นของแบบวัดและวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน

ระยะที่ 2 การศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ คู่สมรสที่จดทะเบียนสมรสถูกต้องตาม กฎหมาย และใช้ชีวิตสมรสร่วมกันมากกว่า 4 ปีขึ้นไป และพักอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง คือ คู่สมรสที่ได้ทำการจดทะเบียนสมรส ถูกต้องตามกฎหมาย และพักอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัย เลือกแบบเจาะจง (Purposive or Judgmental Sampling) เนื่องจากจังหวัดชลบุรีมีข้อมูลสถิติการหย่าร้างมากที่สุดใน 4 ภาค จำนวน 6,228 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรมการปกครอง, 2563) และเป็นคู่สมรสที่มีคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำกว่าเกณฑ์ปกติ (Norms) ในระดับปานกลางลงมาทั้งคู่ คือมีคะแนน ความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำกว่า 141 คะแนน โดยพิจารณาคัดเลือกกลุ่ม

ตัวอย่าง จำนวน 20 คู่ ผู้วิจัยใช้การสุ่มเข้ากลุ่ม (Random Assignment) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคู่สมรส ที่สมัครใจในการเข้าร่วม
รับการปรึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษา คู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน จำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มทดลอง
และจำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มควบคุม โดยคัดเลือกคู่สมรสที่มีความพร้อมและมีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะที่ 2 ได้แก่ โปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาผลของโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน แบ่งการทดลองออกเป็น 3 ระยะ คือ

1. ระยะก่อนการทดลองและระยะทดลอง

1.1 ผู้วิจัยให้ผู้สนใจเข้าร่วมโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ทำแบบวัดความพึง
พอใจในชีวิตสมรสที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จำนวน 40 ข้อ โดยใช้ กรอบแนวคิดของ Moore (1983) ใช้เวลาในการตอบแบบวัดประมาณ
15-20 นาที เป็นคะแนนก่อนการทดลอง (Pre-test) และคัดเลือกคะแนนของอาสาสมัครที่มีคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำ
กว่าค่าเกณฑ์ปกติ (Norms) ในระดับปานกลาง ลงมาทั้งคู่ คือ มีคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรสต่ำกว่า 141 คะแนน

1.2 ผู้วิจัยใช้การสุ่มเข้ากลุ่ม โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นคู่สมรสที่สมัครใจในการเข้าร่วมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ
เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส จำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มทดลอง และจำนวน 20 คน (10 คู่) เป็นกลุ่มควบคุม โดย
คัดเลือกคู่สมรสที่มีความพร้อมและมีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย

1.3 ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการให้การปรึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มทดลอง ด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ
โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ให้การศึกษาคู่สมรสเป็นรายคู่ จำนวน 10 ครั้ง ในแต่ละครั้งใช้เวลา 60-90 นาที

2. ระยะหลังการทดลอง

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการให้การปรึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์ เป็นฐาน ผู้
วิจัยดำเนินการวัดระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสของคู่สมรสที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นคะแนนหลังการทดลอง (Post-test)

3. ระยะติดตามผล หลังการทดลอง 1 เดือน

ผู้วิจัยดำเนินการวัดระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรส ของคู่สมรสที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ภายหลังการได้รับการปรึกษาด้วยโปรแกรม
การศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐานครบถ้วนไปแล้ว 1 เดือน เพื่อเป็นคะแนนการติดตามผล (Follow Up)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยระยะที่ 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความแตกต่างความพึงพอใจในชีวิตสมรสในภาพรวม ระหว่างกลุ่ม
ทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางแบบ
วัดซ้ำ (Two-way repeated measures ANOVA)

5. ผลการวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส

1. ผลการพัฒนาแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส จำนวน 40 ข้อ ผ่านการพิจารณา จาก
ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นผู้พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม กับนิยามในแต่ละด้านเป็นรายข้อ และให้คะแนนความเที่ยงตรง ตาม
เนื้อหาของแบบวัดที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item objective
congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับนิยาม เชิงปฏิบัติการ โดยแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง
ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Discrimination) มากกว่า .20 ขึ้นไป และมีค่า ความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ

.94 แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบวัด ได้แก่ จังหวัด เพศ อายุ ระยะเวลาการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนบุตร ซึ่งเป็นลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในชีวิตสมรส เป็นการประเมิน ระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับความพึงพอใจในชีวิตสมรส จำนวน 40 ข้อ โดยผู้วิจัยได้พัฒนาตามกรอบแนวคิดองค์ประกอบความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสของ Moore (1983) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรักความอบอุ่นระหว่างคู่สมรส (Love) จำนวน 10 ข้อ 2) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของคู่สมรส (Economic security) จำนวน 10 ข้อ 3) การสื่อสารระหว่างคู่สมรส (Communication) จำนวน 10 ข้อ 4) ความสมานฉันท์ในบทบาทคู่สมรส (Role fit) จำนวน 10 ข้อ

2. ผลการหาเกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสในรูปคะแนนที่ปกติ (Normalized T-score) เพื่อได้เกณฑ์ปกติคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรส ดังนี้

ตารางที่ 1

เกณฑ์ปกติคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรส จำแนกรายบุคคล (n=800)

ระดับความพึงพอใจ ในชีวิตสมรส	คะแนนดิบ	PR	Normalized T- score	Z-score	T-score
น้อยที่สุด	<109	<3.25	<32	<-2.02	<29.81
น้อย	<141	<26.19	<44	<-0.64	<43.63
ปานกลาง	<172	<72.06	<56	<0.70	<57.03
มาก	<190	<96.69	<68	<1.48	<64.81
มากที่สุด	<196	<99.88	<80	<1.74	<67.40

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า เกณฑ์ปกติคะแนนความพึงพอใจในชีวิตสมรส จำแนกรายบุคคล แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสน้อยที่สุด มีคะแนนดิบน้อยกว่า 109 คะแนน ค่า Percentile น้อยกว่า 3.25 ค่า Normalized T-score น้อยกว่า 32 ค่า Z-score น้อยกว่า -2.02 และ ค่า T-score น้อยกว่า 29.81 ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสน้อย มีคะแนนดิบ คือ 109-140 คะแนน ค่า Percentile คือ 3.25-26.18 ค่า Normalized T-score คือ 32-43 ค่า Z-score คือ -2.02-0.63 และ ค่า T-score คือ 29.81-43.62 ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสปานกลาง มีคะแนนดิบ คือ 141-171 คะแนน ค่า Percentile คือ 26.19-72.05 ค่า Normalized T-score คือ 44-55 ค่า Z-score คือ -0.64-0.69 และ ค่า T-score คือ 43.63-57.02 ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสมาก มีคะแนนดิบ คือ 172-189 คะแนน ค่า Percentile คือ 72.06-96.68 ค่า Normalized T-score คือ 56-67 ค่า Z-score คือ 0.70-1.47 และ ค่า T-score คือ 57.03-64.80 และ ระดับ ความพึงพอใจในชีวิตสมรสมากที่สุด มีคะแนนดิบ คือ 190-195 คะแนน ค่า Percentile คือ 96.69-99.87 ค่า Normalized T-score คือ 68-79 ค่า Z-score คือ 1.48-1.73 และ ค่า T-score คือ 64.81-67.39

ระยะที่ 2 การศึกษาผลของโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

1. ผลการพัฒนาโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

ผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ร่วมกับการบูรณาการเทคนิคของ

ทฤษฎีการให้การปรึกษา (Assimilate integrative counseling) ที่มีลักษณะคล้ายกันหรือมีความสอดคล้องกับปัญหามาใช้ร่วมกัน ในการให้การปรึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปรึกษา ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคของทฤษฎีการปรึกษารอบครัว จำนวน 3 ทฤษฎี ได้แก่ เทคนิคของทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เทคนิคของทฤษฎีเชื่อมโยงระหว่างรุ่น และเทคนิคของทฤษฎีเน้นทางอกระยะสั้น ซึ่งมีความ สอดคล้องกับการเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส โดยพัฒนาให้มีความครอบคลุมถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจในชีวิตสมรส ทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรัก ความอบอุ่นระหว่างคู่สมรส ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของคู่สมรส การสื่อสารระหว่างคู่สมรส และ ความสมานฉันท์ในบทบาทคู่สมรส (Moore, 1983) ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ที่พัฒนาขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) พิจารณาถึงความสอดคล้องเหมาะสม ด้านวัตถุประสงค์ การเลือกใช้ ทฤษฎี เทคนิค กระบวนการและขั้นตอนการปรึกษา ความถูกต้อง ของภาษาที่ใช้ในโปรแกรมการให้การ ปรึกษา และการประเมินผล ในรูปแบบการให้การปรึกษา และได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปใช้ในการ เสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสกับกลุ่มตัวอย่าง โปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ให้การ ปรึกษาคู่สมรสเป็นรายคู่ จำนวน 10 ครั้ง ครั้งละ 60-90 นาที ดังแสดงต่อไปนี้

ครั้งที่ 1 เรื่อง ปฐมนิเทศและสร้างสัมพันธภาพ

ครั้งที่ 2 เรื่อง รักษาสัมพันธภาพและสำรวจความพึงพอใจในชีวิตสมรส

ครั้งที่ 3 เรื่อง มุมมองใหม่ในการพัฒนาความรัก ความอบอุ่นระหว่างคู่สมรส

ครั้งที่ 4 เรื่อง สานสัมพันธ์ความห่วงใย ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

ครั้งที่ 5 เรื่อง การปรับพฤติกรรมเพื่อความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและการเงินของคู่สมรส

ครั้งที่ 6 เรื่อง การเสริมสร้างการสื่อสารทางวาจาระหว่างคู่สมรส

ครั้งที่ 7 เรื่อง การเสริมสร้างการสื่อสารด้านพฤติกรรม ระหว่างคู่สมรส

ครั้งที่ 8 เรื่อง การจัดการบทบาทหน้าที่ของคู่สมรส

ครั้งที่ 9 เรื่อง การพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างคู่สมรส

ครั้งที่ 10 เรื่อง ยุติการให้การปรึกษา

2. ผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

ในการศึกษาผลของโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน มีผลการวิจัยโดยภาพรวม ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2

คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในชีวิตสมรสโดยภาพรวมของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล (n=40)

กลุ่มตัวอย่าง	ระยะ	$\bar{X}$	SD
กลุ่มทดลอง (n = 20)	ก่อนการทดลอง	121.45	11.87
	หลังการทดลอง	177.35	2.43
	การติดตามผล	179.55	3.19
กลุ่มควบคุม (n = 20)	ก่อนการทดลอง	122.45	12.80
	หลังการทดลอง	125.50	10.44
	การติดตามผล	126.05	8.80

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าผู้สมรสกลุ่มทดลองที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรส โดยภาพรวมสูงกว่าผู้สมรสกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์ เป็นฐานในระยะหลังการทดลองและระยะติดตาม

ตารางที่ 3

คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในชีวิตสมรสแบบรายด้าน ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม
ในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล (n=40)

ความพึงพอใจในชีวิตสมรส	ระยะ การทดลอง	กลุ่มทดลอง		กลุ่มควบคุม	
		$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ด้านความรักความอบอุ่นระหว่าง คู่สมรส	ก่อนการทดลอง	29.60	4.36	30.35	5.43
	หลังการทดลอง	45.75	1.07	31.35	4.68
	การติดตามผล	46.70	0.98	31.30	4.23
ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจของ คู่สมรส	ก่อนการทดลอง	33.40	4.11	33.15	6.60
	หลังการทดลอง	42.15	2.37	33.80	5.63
	การติดตามผล	42.25	2.34	34.05	5.06
ด้านการสื่อสารระหว่างคู่สมรส	ก่อนการทดลอง	28.85	3.99	30.30	4.62
	หลังการทดลอง	44.75	1.55	30.80	3.86
	การติดตามผล	45.30	1.63	31.00	3.13
ด้านความสามัคคีในบทบาท คู่สมรส	ก่อนการทดลอง	29.60	4.56	28.65	4.03
	หลังการทดลอง	44.70	1.42	29.55	3.49
	การติดตามผล	45.30	1.49	29.70	3.25

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าผู้สมรสกลุ่มทดลองที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ในระยะหลังการทดลองและติดตามผล มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสแบบรายด้านสูงขึ้นทุกด้าน โดยเพิ่มสูงกว่าผู้สมรสกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการศึกษา ด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐานในทุกด้าน

ตารางที่ 4

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสโดยภาพรวม ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ระหว่างก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล ($n = 40$)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม					
วิธีการทดลอง	36296.41	1	36296.41	178.84*	.000
ความคลาดเคลื่อน	7712.18	38	202.95		
ภายในกลุ่ม					
ช่วงเวลา	24298.52	1.11	21880.76	480.12*	.000
ช่วงเวลา x วิธีการทดลอง	19220.32	1.11	17307.85	370.78*	.000
ความคลาดเคลื่อน	1923.17	42.29	45.57		

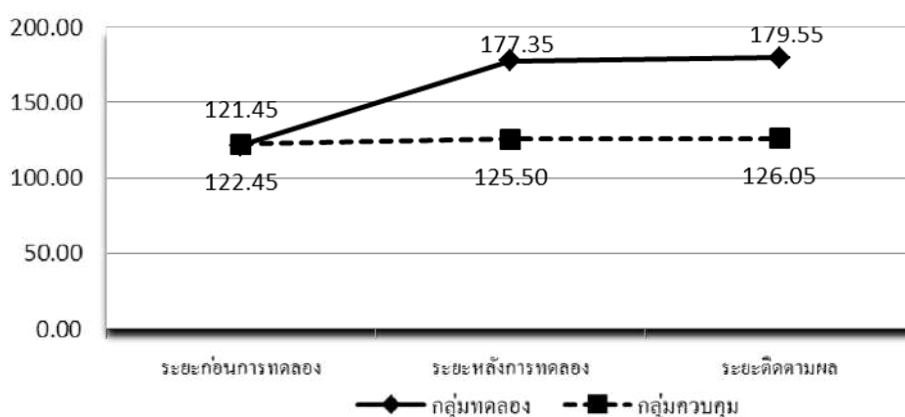
* $p < .05$

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าคู่สมรสกลุ่มทดลองที่ได้รับการปรึกษาด้วยโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ ทัศนคติ กลยุทธ์เป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรส โดยภาพรวมในระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลสูงขึ้นกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาผลของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) ระหว่างกลุ่มทดลองและช่วงเวลาในการทดลอง พบว่าความพึงพอใจในชีวิตสมรสโดยภาพรวมมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ากลุ่มทดลองมีความพึงพอใจในชีวิตสมรสสูงขึ้นในระยะหลังการทดลองและมีความคงทนของพฤติกรรมไปจนถึงระยะติดตามผล ผู้วิจัยจึงนำเสนอแผนภาพ ของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผลของกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 3

การเปรียบเทียบความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสโดยภาพรวม ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ระหว่างก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล



ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคู่มือสมรรถนะที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่มือสมรรถนะเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน มีความพึงพอใจในชีวิตสมรสสูงขึ้น และมีความคงทนของพฤติกรรมไปจนถึงระยะการติดตามผล และเมื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจในชีวิตสมรสของคู่มือสมรรถนะทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และการติดตามผล สรุปผลได้ว่าคู่มือสมรรถนะที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคู่มือสมรรถนะเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน มีความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. อภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลตามระยะการวิจัย เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตสมรส

1. แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ผู้วิจัยได้พัฒนา ตามกรอบแนวคิดของ Moore (1983) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านความรักความอบอุ่นระหว่างคู่มือสมรส ด้านความมั่นคง ทางเศรษฐกิจของคู่มือสมรส ด้านการสื่อสารระหว่างคู่มือสมรส และด้านความสมานฉันท์ในบทบาทคู่มือสมรส ทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อมากกว่า .20 ขึ้นไป ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรสทั้งฉบับ เท่ากับ .94 สอดคล้องกับเกณฑ์ยอมรับค่าของสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาคที่มากกว่า .7 ซึ่งถือว่าแบบสอวัดชุดนี้ยอมรับได้ (Cronbach, 1990) แสดงให้เห็นว่าแบบวัดความพึงพอใจในชีวิต สมรส เป็นเครื่องมือที่สามารถวัด หรือประเมินได้ตรงตามทฤษฎี ที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือ จึงทำให้แบบวัดความพึงพอใจในชีวิต สมรสฉบับนี้ มีความเหมาะสมและครอบคลุมตามเนื้อหาที่มุ่งวัด

2. เกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส ผู้วิจัยใช้การแบ่งระดับในรูปคะแนนที่ปกติ (Normalized T-score) และจำแนกตามคะแนนสแตโนน (Stanine Norm) ได้ 5 ระดับ คือ ระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสที่น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ McNabb (2008) ที่กล่าวว่าคะแนนสแตโนน เป็นคะแนนมาตรฐานที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 1 ถึง 9 แปลงรูปมาจากคะแนนดิบที่มีการกระจายเป็นโค้งปกติ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถแปลผลและบอกได้ว่าคู่มือสมรสมีระดับความพึงพอใจในชีวิตสมรสเป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับคู่มือสมรสคู่อื่น ๆ เกณฑ์ปกติของแบบวัดความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จึงมีความสอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ทางสถิติที่กำหนด สอดคล้องกับ นิศากร เจริญดี (2561) ได้สร้างเกณฑ์ปกติวิสัยระดับชาติของมาตรวัดความสุข ในการเรียนของนักเรียนอาชีวศึกษา โดยนำคะแนนดิบที่ได้จาก การทดสอบกับนักเรียน 2,782 คน มาแปลงเป็นคะแนนที่ปกติ (Normalized t-score) และเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile) พบว่า ผลของการสร้างเกณฑ์ปกติ ของมาตรวัดความสุขในการเรียนของนักเรียนอาชีวศึกษา มีคะแนนที่ปกติ ตั้งแต่ 25-77 และเปอร์เซ็นต์ไทล์ ตั้งแต่ 0.52-99.62 ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้างเกณฑ์ปกติ โดยแปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐานมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการนำคะแนนมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะ แสดงได้ว่าคะแนนของบุคคลอยู่ในตำแหน่งใดของกลุ่ม และสามารถอ้างอิงไปถึงเกณฑ์ปกติเดียวกันหรือใกล้เคียงกันได้ (สุวิมล ติรภานนท์, 2553)

ระยะที่ 2 การศึกษาผลของโปรแกรมการศึกษาคู่มือสมรรถนะเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน

1. โปรแกรมการศึกษาคู่มือสมรรถนะเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในรูปแบบการบูรณาการ ทฤษฎีและเทคนิค (Assimilate integrative counseling) ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมจากผู้ให้การศึกษาครอบครัวหรือนักบำบัดครอบครัวอย่างแพร่หลาย มีความเหมาะสมต่อการนำมา ใช้ในการให้การศึกษาคู่มือสมรส เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส ทำให้การศึกษาคู่มือสมรสมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในการให้การปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับลีโอบ (Lebow, 2003) ที่กล่าวว่ารูปแบบการบูรณาการแนวคิดทฤษฎีและเทคนิค การให้การศึกษาคู่มือสมรสนั้น จะช่วยให้คู่มือสมรสประสบความสำเร็จ และเป็นการแสดงถึงความพยายาม ในการช่วยเหลือคู่มือสมรสอย่างตรงสาเหตุ และเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความขัดแย้งในคู่สมรส มีลักษณะ ที่กระชับหรือเป็นแบบสั้น ตรงประเด็น (Brief therapy) และยังให้ความสำคัญต่อรูปแบบการสื่อสารที่เป็นปัจจุบัน โดยเชื่อว่า การสื่อสาร เป็นเครื่องมือให้เห็นธรรมชาติของสัมพันธภาพของ

คู่สมรส เป้าหมายของการให้การศึกษา คือ การแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในครอบครัว (เพ็ญภา กุลนาคดล, 2560) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการศึกษา ผู้วิจัยได้นำเทคนิคของทฤษฎีการให้การศึกษาที่มีลักษณะคล้ายกันหรือมีความสอดคล้องกับปัญหามานบูรณาการร่วมกันในการให้การศึกษา ผู้วิจัยใช้เทคนิคของทฤษฎีการศึกษารอบครัว จำนวน 3 ทฤษฎี ได้แก่ เทคนิคของทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เทคนิคของทฤษฎีเชื่อมโยงระหว่างรุ่น และเทคนิคของทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้นมาบูรณาการในการศึกษา ซึ่งช่วยให้คู่สมรสเกิดการเชื่อมโยงความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม จนเกิดความเข้าใจในเรื่องราว ต่าง ๆ ของตนเอง ทำให้คู่สมรสสามารถแก้ไขปัญหา รวมทั้งพัฒนาตนเองได้

2. ผลของโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ในระยะก่อนการทดลอง คู่สมรสกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสใกล้เคียงกัน เนื่องจากยังไม่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน เมื่อคู่สมรสกลุ่มทดลองได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน ทำให้ระยะหลังการทดลองและการติดตามผล คู่สมรสกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจในชีวิตสมรสสูงกว่ากลุ่มควบคุม

2.2 คู่สมรสที่ได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรส ในระยะหลังการทดลอง และระยะการติดตามผล สูงขึ้นกว่าก่อนการได้รับการศึกษาด้วยโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ เป็นฐาน แสดงให้เห็นว่าโปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐาน ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการให้การศึกษา จำนวน 10 ครั้ง ระยะเวลาครั้งละ 60-90 นาที สามารถช่วยเสริม สร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรส ให้กับคู่สมรสได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้คู่สมรสกลุ่มทดลอง ได้ทำความเข้าใจในความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของตนเองและคู่สมรส ทำให้ คู่สมรสเข้าใจความคิด ความรู้สึกของกันและกัน มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน มีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน คิดเห็นสอดคล้องกัน และมีการพัฒนาการสื่อสารที่เหมาะสมทำให้คู่สมรส มีความสุขและสามารถใช้ชีวิตสมรสร่วมกันได้ยาวนาน ซึ่งจะเห็น ได้จากผลการวิจัยที่พบว่า คู่สมรสกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตสมรสในระยะหลังการทดลองสูงขึ้นกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของรพีพงศ์ ยิ่งวรารสวัสดิ์ (2558) ที่ได้ศึกษารูปแบบการให้การศึกษา ครอบครัวแบบบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จในชีวิตสมรส ของคู่สมรส โดยพัฒนาตามแนวคิดทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ จำนวน 3 ทฤษฎี คือทฤษฎีเชื่อมโยงระหว่างรุ่น ทฤษฎีแบบโครงสร้าง และทฤษฎีแบบกลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่าการให้การศึกษาครอบครัวแบบบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จในชีวิตสมรส ของคู่สมรสในระยะหลังการทดลอง และหลังการติดตามผล กลุ่มทดลอง มีระดับคะแนนความสำเร็จในชีวิตสมรสของคู่สมรสเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการทดลอง และคะแนนความสำเร็จในชีวิตสมรสของคู่สมรสกลุ่มทดลอง ในระยะหลังการทดลองและ หลังการติดตามผล มีผลคะแนนความสำเร็จในชีวิตสมรสมากกว่า กลุ่มควบคุม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ จิตดา สุวัฒน์ศรี(2559) ที่ได้ศึกษาและพัฒนาความสุขในชีวิตสมรสด้วยรูปแบบการให้คำปรึกษาคูสมรสแบบบูรณาการ โดยพัฒนาตาม แนวคิดทฤษฎีการให้คำปรึกษาหลังยุคสมัยนิยม (Postmodern therapy) ได้แก่ ทฤษฎีเน้นทางออกระยะสั้น ทฤษฎีการให้คำปรึกษา เจิงประสบการณ์ ทฤษฎีรูปแบบกระบวนการความสมบูรณ์ของมนุษย์ และแนวคิดทฤษฎีการให้คำปรึกษามุ่งเน้นทางอารมณ์ ผลการวิจัยพบว่าการใช้รูปแบบการให้คำปรึกษาคูสมรส แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาความสุขในชีวิตสมรส ในระยะติดตามผล มีค่าเฉลี่ยความสุขในชีวิตสมรสสูงกว่าก่อนการทดลองและหลังการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การนำการศึกษาแบบบูรณาการ มาใช้ในการให้การศึกษาคู่สมรส ทำให้โปรแกรมการศึกษาคูสมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธเป็นฐานที่ผู้วิจัย

พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องและเหมาะสม กับปัญหาของคู่สมรสในปัจจุบัน และสามารถเสริมสร้างความพึงพอใจ ในชีวิตสมรสให้สูงขึ้นได้

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) แบบวัดความพึงพอใจในชีวิตสมรส เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่สนใจจะนำ แบบวัดไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ควรมีการปรับข้อคำถามเพื่อให้ถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างนั้น ๆ

2) โปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน สามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตสมรสได้ จึงมีความเหมาะสมในการนำไปใช้จริง แต่ผู้ที่จะนำ โปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์ เป็นฐานนี้ไปใช้ ควรเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้การปรึกษารอบคอบ และได้รับการฝึกปฏิบัติ ฝึกการใช้เทคนิค ต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในทฤษฎี และเทคนิค รวมถึงมีประสบการณ์ในการให้การปรึกษารอบคอบ ก่อนที่จะนำไปปฏิบัติจริง

3) สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะนำโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐานไปใช้ ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา รวมทั้งต้องศึกษาหลักการ แนวคิด กระบวนการ ให้การปรึกษา รวมไปถึงเทคนิคต่าง ๆ ของทฤษฎีเพื่อให้สามารถ นำโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์ เป็นฐานไปใช้ได้ อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรพัฒนารูปแบบการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน โดยผสมผสานการปรึกษาแบบพบหน้า และแบบออนไลน์ หรือแบบออนไลน์อย่างเดียวเพื่อให้มีความทันสมัยต่อยุค 4.0 ที่โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย และ เพื่อเพิ่มความสะดวกต่อคู่สมรสในการเข้ารับการศึกษา

2.) ควรพัฒนาโปรแกรมการปรึกษาคู่สมรสเชิงบูรณาการ โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์เป็นฐาน ที่มีลักษณะสั้นและกระชับขึ้น (Brief Therapy) เพื่อลดระยะเวลาและกระบวนการให้การปรึกษา ซึ่งจะช่วยให้คู่สมรสเข้ารับการศึกษาได้ครบทุกครั้ง เนื่องจากคู่สมรสมีเวลาจำกัดในการมารับการศึกษา ซึ่งไม่สะดวกมารับการศึกษาในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2563, 30 มิถุนายน). สถิติการสมรสและการหย่าร้างในรอบ 10 ปี ของประเทศไทย. <http://themomentum.co/momentum-feature-divorce-not-fail>.
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2559). นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสนาครอบครัว พ.ศ. 2560-2564. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กอบกุล พิชัยณรงค์. (2557). ความเท่าเทียมในบทบาททางเพศ การสื่อสารในครอบครัว และความพึงพอใจในชีวิตสมรสของอาสาสมัครสาธารณสุขอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรดา สุวันฉะศรี. (2559). การศึกษาและพัฒนาความสุขในชีวิตสมรสด้วยรูปแบบการให้คำปรึกษาคู่สมรสแบบบูรณาการ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิศากร เจริญดี. (2561). การพัฒนามาตรวัดความสุขในการเรียนของนักเรียนอาชีวศึกษา. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2554). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการให้การปรึกษาครอบครัว*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เพ็ญภา กุลนาค. (2560). *การปรึกษาครอบครัว*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). แฮมคอมพิว ออฟเซท.
- รพีพงศ์ ยักราสวัสดิ์. (2558). รูปแบบการให้การปรึกษาครอบครัวแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างความสำเร็จในชีวิตสมรสของคู่สมรส. *วารสารวิจัยทางการศึกษา*, 10(1), 130-145.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2553). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). สุวีริยาสาส์น.
- วิไลวรรณ รังส้อย. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์กับความพึงพอใจในชีวิตสมรสของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นปริญญาโท ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุมาพร ตรังคสมบัติ. (2556). *คู่มือจิตบำบัดและการให้คำปรึกษาแนว Humanistic-Existential-Experiential*. ชันดำการพิมพ์.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Corey, G. (2015). *Theory and practice of counseling and psychotherapy* (9th ed.). Calif: Brooks/Cole.
- Goldenberg, L., & Goldenberg, H. (2008). *Family therapy: An overview* (7th ed.). Brooks/Cole-Thomson Learning
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities – ties. *Educational and Psychological Measurement*, 30(2), 607-610.
- Lebow, Richard Ned. (2003). *The Tragic Vision of Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McNabb, D. E. (2008). *Research Methods in Public Administration and Nonprofit Management: Quantitative and Qualitative Approaches*. M.E. Sharpe.
- Moore, D. (1983). Prepares Children and Marital Satisfaction During the Antepartum And Postpartum Periods. *Nursing Research*, 32(3), 73-79.
- Tavakoli, Nasrabadi, Moghadam, Salehiniya & Rezaei. (2017). The Factors Associated with Marital Satisfaction. *Galen Medical Journal*, 24(1), 197-207.

การจัดการอุทกภัยโดยชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง COMMUNITY-BASED FLOOD MANAGEMENT: A CASE STUDY OF SONGKHLA AND PHATTHALUNG PROVINCES

ศิริมอร ยงพานิช¹ และ ปิยะนุช เงินคล้าย²

Siremon Yongpanich and Piyanush Ngernklay

Article History

Received: 29-10-2021; Revised: 14-03-2022; Accepted: 19-03-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง สาเหตุและลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทกภัยกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน และเสนอแนะแนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบกรณีศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอุทกภัย ในเขตเทศบาลตำบลปริง อำเภอสะเดา เขตเทศบาลตำบลเชิงแส อำเภอกะลัง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ชัยบุรี อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

ผลการวิจัยพบว่า

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดการอุทกภัยตามโครงสร้างระบบราชการ พร้อมทั้งบูรณาการการจัดการอุทกภัยร่วมกับภาคส่วนอื่น ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน ประกอบด้วยบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ความร่วมมือของชุมชนในการเตรียมความพร้อมรับมืออุทกภัย การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผู้บริหารพื้นที่ และการปรับตัวอยู่ร่วมกับอุทกภัย ขณะเดียวกันชุมชนต้องสามารถจัดการอุทกภัยด้วยตนเอง ตลอดจนมีความเป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงการจัดการอุทกภัย และถอดบทเรียนเพื่อวางแนวทางจัดการอุทกภัยในอนาคต

คำสำคัญ: อุทกภัย; การจัดการอุทกภัยโดยชุมชน; การมีส่วนร่วมของชุมชน; การกระจายอำนาจ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Ph.D. (Candidate) in Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University,
E-mail: siremon26@gmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Associate Professor, Ph.D., Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

ABSTRACT

This research aims to study the flood management of local government organizations in Songkhla and Phatthalung Provinces. Causes and characteristics of community participation in flood management with local government organizations, as well as factors affecting community flood mitigation, and suggesting solutions for flood management that are consistent with the context of the areas, using case-based qualitative research methods, collecting data from documentary research and in-depth interview with key informants involved in flood management in Prik Subdistrict Municipality, Sadao District, Choeng Sae Subdistrict Municipality, Krasae Sin District, Songkhla Province, and Chai Buri Subdistrict Administrative Organization, Mueang District, Phatthalung Province.

The findings of the research showed that:

local government organizations manage floods by bureaucratic structures and integrate flood management with other sectors. This forces local government organizations to build community participation. Meanwhile, factors affecting community flood mitigation, consists of the role of local government organizations, community collaboration in flood preparation, building relationships between local government organizations executive and community leaders and area executives, and adapting to flood at the same time, communities must be able to manage floods themselves as well as having citizenship that is aware of flood management and takes lesson learned to guidelines to manage floods in the future.

Keywords: Flood; Community-based Flood Management; Community Participation; Decentralization

1. บทนำ

อุทกภัยเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน รวมทั้งมีความแตกต่างจากปัญหาสาธารณะประเภทอื่นในแง่ความสลับซับซ้อนในการก่อตัวของสถานการณ์ ที่มีความฉุกเฉินโกลาหลจากการกระทำของมนุษย์และธรรมชาติผสมผสานกัน ขณะเดียวกันอุทกภัยสามารถทวีความรุนแรงและผลกระทบเพิ่มขึ้น ถ้าหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบจัดการปัญหาไม่มีขีดความสามารถในการรับมือสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทิวดา กมลเวช, 2554) ซึ่งรัฐมีข้อจำกัดด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบท สภาพปัญหาอุทกภัย และความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ส่งผลให้รัฐต้องกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับพื้นที่ ทำหน้าที่จัดบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองต่อปัญหา และความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่ของตน นอกจากนี้พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ได้ให้อำนาจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานต้นทางในการจัดการสาธารณภัย พร้อมกันนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน ซึ่งเป็นผู้เผชิญอุทกภัยเป็นลำดับแรกด้วยการเตรียมความพร้อมรับมือสถานการณ์ เพื่อบรรเทาความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 จังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง ประสบกับอุทกภัยจากฝนที่ตกหนักต่อเนื่อง ประกอบกับมวลน้ำจากทั้งสองจังหวัดได้ไหลไปรวมที่ทะเลสาบสงขลา ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสายสำคัญของภาคใต้เพื่อระบายออกสู่อ่าวไทย (สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดสงขลา, 2562; สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดพัทลุง, 2560) ทำให้จังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุงต้องประสบอุทกภัยโดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และสถานการณ์อุทกภัยได้ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในช่วงปลายเดือน

ธันวาคม จากฝนที่ตกหนักต่อเนื่องส่งผลให้หลายพื้นที่ในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุงประสบปัญหาอุทกภัยจนถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2560

ด้วยเหตุที่การก่อตัวของอุทกภัย มักเริ่มต้นในระดับท้องถิ่น เป็นเหตุให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องทำหน้าที่จัดการปัญหา เพื่อลดผลกระทบและความรุนแรงของสถานการณ์ ขณะเดียวกันการจัดการอุทกภัยต้องคำนึงถึงบริบทและสภาพปัญหาตามความเป็นจริง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบลำดับแรก ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดขึ้นจากความต้องการอยู่รอดปลอดภัยจากอุทกภัย พร้อมกันนั้นชุมชนมีความเชื่อมั่นว่า การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนวางแผนทางการดำเนินงานร่วมกันเพื่อจัดการอุทกภัย และชุมชนเป็นผู้รับผลประโยชน์จากการจัดการอุทกภัยอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการอุทกภัยโดยชุมชนในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง เพื่อวิเคราะห์แนวทางการจัดการอุทกภัยระดับพื้นที่ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางเพื่อพัฒนา และถอดองค์ความรู้ด้านการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาสาเหตุ และลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เข้ามาจัดการอุทกภัยกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบรรเทาผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชนในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดการจัดความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยการปกครอง (Intergovernmental relations) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาคกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงการประสานการดำเนินงานแบบตติยระดับ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐที่อยู่ต่างระดับให้มีการประสานบทบาท และความร่วมมือเพื่อจัดการกิจการสาธารณะ (วสันต์ เหลืองประภัสร์, 2563) ซึ่งในการจัดการอุทกภัย หน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาคและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีการประสานการดำเนินงานร่วมกันภายใต้นโยบาย และแผนงานที่เป็นแบบแผนเดียวกัน โดยมีพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักด้านการจัดการสาธารณภัยทำหน้าที่กำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงาน

ด้วยเหตุที่การก่อตัวของอุทกภัยมักเกิดในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งก่อนขยายขอบเขตไปสู่พื้นที่ใกล้เคียง ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งหนึ่งที่มีบทบาทเป็นหน่วยงานต้นทางในการจัดการ เนื่องจากเป็นผู้เผชิญสถานการณ์จริงในพื้นที่ ดังนั้น การจัดการอุทกภัยโดยชุมชนจึงต้องอาศัยแนวคิดการจัดการปกครองท้องถิ่น (Local governance) ซึ่งเป็นแนวคิดด้านการจัดการกิจการสาธารณะที่ให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อจัดการปัญหาในฐานะภาคีหุ้นส่วน โดยมีจุดมุ่งหมายให้การดำเนินงานสอดคล้องกับความเป็นจริง (Denters, 2011) ส่งผลให้การจัดการปกครองท้องถิ่น เป็นกระบวนการดำเนินงานที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนต่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร และอำนาจหน้าที่ในการจัดการกิจการสาธารณะ เพื่อบรรลุเป้าหมายและผลประโยชน์ร่วมกัน (ธนศวรร์ เจริญเมือง, 2551) ดังนั้น การจัดการปกครองท้องถิ่นจึงให้ความสำคัญกับประชาชนในฐานะพลเมือง ที่มีขีดความสามารถในการจัดการปัญหาด้วยตนเอง แทนการรอรับความช่วยเหลือและการขึ้นนำจากภาครัฐ

นอกจากนี้การจัดการปกครองท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับแนวคิดการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน (Community-based disaster risk management) ที่เน้นย้ำให้ชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้จัดการภัยพิบัติด้วยตนเอง เนื่องจากชุมชนแต่ละแห่งมีสภาพปัญหาอุทกภัยและความต้องการในการจัดการที่แตกต่างกัน ทำให้รัฐต้องเปิดพื้นที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยมีจุดมุ่งหมายให้ชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองในเบื้องต้น รวมทั้งสามารถจัดการปัญหาได้สอดคล้องกับความเป็นจริง (Perwaiz et al, 2015; Abarquez & Murshed, 2004)

ขณะเดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างความร่วมมือ และสร้างความตระหนักให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการจัดการอุทกภัยด้วยความรู้ ประสบการณ์ และขีดความสามารถของตน ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนนำไปสู่การสร้างควมไว้วางใจ และลดความขัดแย้งในการจัดการอุทกภัยร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Case study research method) ซึ่งผู้วิจัยเลือกกรณีศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive cases) เพื่อให้ได้กรณีศึกษาที่ตรงตามจุดมุ่งหมายการวิจัย และมีความเป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่นในการจัดการอุทกภัยที่ครอบคลุมลักษณะอุทกภัยในพื้นที่ภาคใต้ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษา 3 ประเด็น ได้แก่ 1) เป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย และเกิดอุทกภัยเป็นประจำทุกปี 2) มีการจัดการอุทกภัยร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชน และ 3) เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 และเป็นพื้นที่ที่ครอบคลุมความหมาย และลักษณะการเกิดอุทกภัยตามบริบทของภาคใต้

จากเกณฑ์การคัดเลือกข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาสามแห่ง คือ 1) เทศบาลตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา 2) เทศบาลตำบลเชิงแส อำเภอกะลาสินธุ์ จังหวัดสงขลา และ 3) องค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

สำหรับประชากรในการวิจัย ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการอุทกภัยระดับพื้นที่ แบ่งเป็น 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญระดับภูมิภาค ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด และ 2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญระดับพื้นที่ ได้แก่ นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 รวมจำนวน 36 คน

ในส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ด้วยคำถามปลายเปิด ประเด็นการสัมภาษณ์เป็นการวิเคราะห์การจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทกภัยกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน และแนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บันทึกราชการ บทความ งานวิจัย รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ เช่น การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยการปกครอง การจัดการปกครองท้องถิ่น การมีส่วนร่วม การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสองส่วน คือ 1) การพัฒนาคำอธิบายกรณีศึกษา (Developing a case description) ด้วยการกำหนดประเด็นในแต่ละบทของกรณีศึกษาเพื่อบรรยายข้อมูล ได้แก่ การจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทกภัย ปัจจัยส่งผลกระทบต่อผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน และแนวทางการ

จัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และ 2) การทำตารางถ้อยคำ (Word table) และการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (Cross-case synthesis) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อศึกษาความเหมือนและความแตกต่างของกรณีศึกษาทั้งสามกรณี (Yin, 2014)

อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการวิจัยเนื่องจากการเป็นการศึกษาการจัดการอุทกภัยในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งแนวทางการจัดการอุทกภัยอาจไม่สอดคล้องกับการจัดการอุทกภัยในภาคอื่นที่มีความแตกต่างในด้านภูมิประเทศ ความเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย รวมทั้งลักษณะอุทกภัยที่เกิดขึ้นในพื้นที่

5. ผลการศึกษา

การจัดการอุทกภัยโดยชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง สามารถอธิบายผลการศึกษาตามประเด็น ดังนี้

1. การจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อยู่ภายใต้โครงสร้างระบบราชการที่ให้อำนาจการจัดการสาธารณสุขแก่หน่วยจังหวัด หน่วยอำเภอ และหน่วยท้องถิ่น โดยเทศบาลตำบลปริง เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี เป็นหน่วยปฏิบัติการระดับพื้นที่ และปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับการสั่งการมาจากจังหวัด ได้แก่ การตั้งกองอำนวยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดทำแผนปฏิบัติการ และการประสานงานตามลำดับขั้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ และดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

อย่างไรก็ตามการจัดการอุทกภัยตามโครงสร้างระบบราชการ มีความล่าช้าจากลำดับขั้นและการยึดกฎหมายระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ทำให้การจัดการอุทกภัยระดับพื้นที่ต้องอาศัยการบูรณาการกับภาคส่วนอื่นในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เช่น หน่วยงานภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ประชาชนในพื้นที่ หรือใช้สายสัมพันธ์ส่วนตัวกับหน่วยงานระดับภูมิภาค และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น เพื่อให้ได้รับความช่วยเหลือที่รวดเร็ว และไม่ติดขัดด้วยระเบียบข้อบังคับของราชการ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชน เกิดจากประสบการณ์ในการเผชิญอุทกภัยในอดีต ที่ส่งผลให้ชุมชนตระหนักถึงความรุนแรงและผลกระทบจากสถานการณ์ ทำให้เทศบาลตำบลปริง เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี นำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดการอุทกภัยเพื่อให้ชุมชนสามารถเตรียมความพร้อมรับมือสถานการณ์ด้วยตนเอง รวมถึงเกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจต่อการจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากชุมชนเป็นผู้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจวางแผน และจัดการอุทกภัยในฐานะภาคีหุ้นส่วน

การมีส่วนร่วมในการจัดการอุทกภัยของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลปริง เขตเทศบาลตำบลเชิงแส และเขตองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ปรากฏในลักษณะ 1) การติดตามสถานการณ์จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่รายงานสถานการณ์ให้ชุมชนรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว รถกระจายเสียง เป็นต้น 2) ชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้ติดตามและรายงานสถานการณ์ในพื้นที่ของตน เพื่อวางแผนการจัดการปัญหาที่เหมาะสมร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) ชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมวางแผน และกำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมรับมือ ได้แก่ การจัดทำแผนรับมือระดับชุมชน การฝึกซ้อมแผนเพื่อปรับปรุงแนวทางการจัดการอุทกภัย และภัยพิบัติอื่นให้สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน 4) ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจ และจัดการปัญหาร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัคร เครือข่ายจิตอาสา และการจัดตั้งคณะทำงานด้านการจัดการสาธารณสุขระดับพื้นที่ รวมทั้งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประสานงานระหว่างชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ถึงกระนั้นเทศบาลตำบลปริง เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ไม่ได้ให้อำนาจแก่ชุมชน (Empower) ทำหน้าที่ตัดสินใจและจัดการปัญหาอุทกภัยด้วยตนเอง แต่เป็นเพียงการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามาเป็นภาคีหุ้นส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่จัดการสาธารณสุขตามที่กฎหมายกำหนด

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบรรเทาผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน ประกอบด้วยบทบาทของเทศบาลตำบลปริก เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการจัดการสาธารณภัยระดับพื้นที่ ทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องจัดการสถานการณ์ให้กลับสู่สภาวะปกติโดยเร็ว เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและผลกระทบที่มีต่อประชาชน ขณะเดียวกันชุมชนต้องร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเตรียมความพร้อมรับมือ เพื่อให้ชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองในเบื้องต้น

ซึ่งชุมชนในเขตเทศบาลตำบลปริก เข้ามาเป็นอาสาสมัครทำงานร่วมกับเทศบาล เช่น ช่วยขนย้ายสิ่งของ หรืออพยพประชาชนในพื้นที่เสี่ยงภัยไปที่ศูนย์อพยพ และจัดสรรเงินจากกองทุนของชุมชนมาซื้อข้าวสาร อาหารแห้งเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนมีการช่วยเหลือพึ่งพาตนเอง โดยไม่ได้รอรับความช่วยเหลือจากเทศบาลเพียงอย่างเดียว สำหรับชุมชนในเขตเทศบาลตำบลเชิงแส ประชาชนทำหน้าที่เฝ้าระวังสถานการณ์ เมื่อระดับน้ำในคลองชุมชนเพิ่มขึ้นจนถึงจุดเฝ้าระวัง ประชาชนจะนำข้อมูลแจ้งกับผู้บริหารพื้นที่ รวมทั้งแจ้งเตือนคนในชุมชน ขณะที่ชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรีตั้งคณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยหมู่บ้าน เพื่อเป็นผู้จัดการสถานการณ์ในชุมชน และประสานงานกับองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี เพื่อส่งต่อข้อมูล และขอรับความช่วยเหลือในเรื่องที่เกินขีดความสามารถของชุมชน

นอกจากนี้นายกเทศมนตรีตำบลเชิงแส ได้สร้างความสัมพันธ์กับผู้บริหารพื้นที่ เพื่อให้สามารถจัดการปัญหาอุทกภัยร่วมกันได้อย่างราบรื่น พร้อมกันนั้นเทศบาลตำบลปริก เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี และชุมชนต่างตระหนักว่าอุทกภัยเป็นปัญหาที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ จึงต้องแสวงหาแนวทางเพื่อปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับอุทกภัย ตลอดจนเกิดผลกระทบและความสูญเสียต่อพื้นที่น้อยที่สุด ซึ่งการปรับตัวของชุมชนปรากฏในลักษณะการเตรียมความพร้อมระดับครัวเรือนและระดับชุมชน เช่น การขนย้ายของขึ้นที่สูง การเตรียมสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต การอพยพสัตว์เลี้ยงไปอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย การเก็บเกี่ยวผลผลิต และการฝึกอบรมเสริมสร้างขีดความสามารถในการเตรียมความพร้อมรับมืออุทกภัยของชุมชน เพื่อให้สามารถช่วยเหลือตนเองในเบื้องต้น และสามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นระหว่างที่รอรับความช่วยเหลือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. แนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ต้องให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการจัดการอุทกภัยของชุมชน โดยเทศบาลตำบลปริก เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี มีการเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการจัดการอุทกภัยของชุมชน เช่น การจัดทำแผนและฝึกซ้อมแผนรับมืออุทกภัย เพื่อให้ชุมชนทราบถึงการปฏิบัติตัวให้ปลอดภัยจากสถานการณ์ และสามารถช่วยเหลือผู้อื่น ทำให้บทบาทของชุมชนเปลี่ยนจากผู้รอรับความช่วยเหลือไปสู่ผู้ที่มีความกระตือรือร้นจัดการปัญหาด้วยตนเอง และสามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นพลเมืองที่สามารถร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และจัดการอุทกภัยกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ในทุกขั้นตอน และครอบคลุมทุกระยะของสถานการณ์

เมื่อสิ้นสุดสถานการณ์ ชุมชนต้องร่วมกับเทศบาลตำบลปริก เทศบาลตำบลเชิงแส และองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี และหน่วยงานระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อำเภอ สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ประชุมถอดบทเรียนการจัดการอุทกภัยที่ผ่านมา เพื่อเรียนรู้ความสำเร็จ ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการจัดการอุทกภัยระดับพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม และสภาพปัญหาที่แท้จริง

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่ค้นพบดังกล่าวข้างต้น มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการดำเนินงานตามโครงสร้างระบบราชการภายใต้พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ที่กำหนดบทบาทและอำนาจหน้าที่ด้านการจัดการสาธารณภัยของหน่วยงานแต่ละระดับ ได้แก่ ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และระดับท้องถิ่น โดยผู้อำนวยการแต่ละระดับมีอำนาจในการตัดสินใจและสั่งการเพื่อ

จัดการสถานการณ์ ซึ่งการดำเนินงานยึดกรอบปฏิบัติงานที่เป็นแบบแผนเดียวกัน สอดคล้องกับหลักเอกภาพการควบคุม (Unity of command) ตามที่ Gulick (2011) กล่าวถึงการประสานงานโดยผู้นำคนเดียว เพื่อให้การสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่ปฏิบัติงานมีความถูกต้องแม่นยำ และลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน

เนื่องจากการก่อตัวของอุทกภัยเริ่มต้นในระดับท้องถิ่น ทำให้รัฐต้องกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อเป็นหน่วยงานต้นทางในการจัดการปัญหา แต่ในความเป็นจริง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเผชิญกับปัญหาความเป็นอิสระในการจัดการอุทกภัย ด้วยเหตุที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องยึดกรอบการปฏิบัติงานที่กำหนดโดยสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัด ซึ่งเป็นตัวแทนของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในระดับภูมิภาค สอดคล้องกับ วินชัย อุทยาน (2563) ที่ว่าการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในลักษณะ “กรมธิปไตย” ที่ยึดโยงกับหน่วยราชการบริหารส่วนกลาง ที่มีกรมเป็นผู้กำหนดนโยบาย กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ นอกจากนี้การกระจายอำนาจที่เป็นแบบแผนลักษณะเดียวกัน โดยไม่คำนึงถึงขีดความสามารถและความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถจัดการอุทกภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดการกระจายอำนาจแบบสมมาตร (Symmetric devolution) ตามที่ วีระศักดิ์ เครือเทพ และคณะ (2557) กล่าวถึงการกระจายอำนาจในประเทศไทยที่มีลักษณะเป็นแบบแผนเดียวกัน โดยไม่พิจารณาความแตกต่างด้านบริบทพื้นที่ ขีดความสามารถ และความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละแห่ง ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถจัดการปัญหาด้วยขีดความสามารถของตน หากต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานระดับภูมิภาค ซึ่งมีความพร้อมด้านทรัพยากรเข้ามาจัดการสถานการณ์ในพื้นที่

อีกด้านหนึ่งการจัดการอุทกภัยตามโครงสร้างระบบราชการมีความล่าช้าจากลำดับขั้น และการยึดระเบียบข้อบังคับ ทำให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแสวงหาแนวทางการจัดการอุทกภัยที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องบูรณาการการจัดการอุทกภัยร่วมกับภาคส่วนอื่นในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Osborne (2010) ที่เสนอว่าปัญหาสาธารณะในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อน และเกี่ยวข้องกับตัวแสดงที่มีความหลากหลาย ทำให้รัฐไม่สามารถใช้อำนาจควบคุมสั่งการได้อย่างเบ็ดเสร็จ หากต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นเข้าร่วมจัดบริการสาธารณะ ส่งผลให้ความสัมพันธ์ของรัฐกับภาคส่วนอื่นอยู่ในลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทกภัย เกิดจากความตระหนักว่า ชุมชนเป็นผู้มีประสบการณ์จากอุทกภัย ทำให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อวางแผน และร่วมจัดการปัญหาในฐานะภาคีหุ้นส่วน เพื่อให้ชุมชนเกิดความไว้วางใจต่อการจัดการอุทกภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สอดคล้องกับ Andrew & Shah (2003) ที่เสนอว่าการที่รัฐนำชุมชนเข้ามาร่วมจัดการกิจการสาธารณะในฐานะภาคีหุ้นส่วน รวมทั้งมีความสัมพันธ์ในลักษณะพึ่งพาซึ่งกันและกัน ทำให้ชุมชนเกิดความไว้วางใจและลดความขัดแย้งในการดำเนินงาน เนื่องจากรัฐและชุมชนร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ทรัพยากร ตลอดจนร่วมวางแผนการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตามการจัดการอุทกภัย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ได้ให้อำนาจชุมชนเพื่อเป็นผู้จัดการปัญหาด้วยตนเอง แต่เป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่และทรัพยากรในการจัดการอุทกภัย สอดคล้องกับมุมมองของ Sinhasema (2017) ที่กล่าวว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดการสาธารณภัยตามที่กฎหมายกำหนด และเป็นเจ้าของทรัพยากรระดับพื้นที่ ทำให้เมื่อเกิดอุทกภัยในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเลือกใช้แนวทางการควบคุมสั่งการแทนการสร้างความร่วมมือกับชุมชน เพื่อให้สถานการณ์กลับสู่สภาวะปกติโดยเร็ว ส่งผลให้การมีส่วนร่วมของชุมชนหายไปจากพื้นที่การจัดการอุทกภัย

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบรรเทาผลกระทบจากอุทกภัยของชุมชน เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับมอบอำนาจหน้าที่ให้เป็นผู้จัดการสาธารณภัยระดับพื้นที่ ทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องสร้างความพร้อมรับมือต่อการจัดการ

อุทกภัย เพื่อแก้ไขสถานการณ์และบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน สอดคล้องกับมุมมองของโททัสน์ มาลา และคณะ (2558) ที่กล่าวว่าผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งของประชาชน และได้รับความไว้วางใจให้จัดการปัญหาระดับพื้นที่ ทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีวิสัยทัศน์ด้านการจัดการสาธารณภัยเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่

ขณะที่ชุมชนต้องร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อเตรียมความพร้อมรับมืออุทกภัย โดยมีจุดมุ่งหมายให้ชุมชนสามารถช่วยเหลือพึ่งพาตนเองในเบื้องต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Sorensen & Torfing (2012) ที่กล่าวว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถผูกขาดอำนาจควบคุมสั่งการหรือกำกับดูแลชุมชน แต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างความเป็นภาคีหุ้นส่วนกับชุมชน เพื่อร่วมกันจัดการปัญหา โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนพึ่งพาอาศัยกันในด้านข้อมูล ความคิดเห็น และต้องสามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างเท่าเทียม

ในส่วนของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริหารพื้นที่ เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถจัดการอุทกภัยร่วมกันอย่างราบรื่น สอดคล้องกับมุมมองของ พันธุ์ศิริ ธนาริยะวงศ์ (2556) ที่ว่าถ้าผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผู้บริหารพื้นที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และมีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ย่อมส่งผลให้ทั้งสองฝ่ายจัดการปัญหาอุทกภัยไปในทิศทางเดียวกัน

ขณะเดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนตระหนักว่าอุทกภัยเป็นปัญหาที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ แต่ชุมชนต้องปรับตัวอยู่ร่วมกับอุทกภัย เพื่อให้ชุมชนมีความปลอดภัยและอุทกภัยส่งผลกระทบต่อพื้นที่น้อยที่สุด ส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมรับมือ สอดคล้องกับข้อเสนอของ World Meteorological Organization (2017) ที่เสนอว่าชุมชนต้องหาแนวทางเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือ และสามารถอยู่ร่วมกับอุทกภัยได้อย่างปลอดภัย อย่างไรก็ตามชุมชนมีข้อจำกัดด้านขีดความสามารถและทรัพยากร ทำให้ชุมชนต้องร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวอยู่ร่วมกับอุทกภัย

4. แนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการเตรียมความพร้อมรับมือของชุมชนให้สามารถช่วยเหลือตนเองและคนอื่นในชุมชน ซึ่งการเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชน เป็นการปรับเปลี่ยนบทบาทชุมชนเป็นผู้ที่สามารถจัดการปัญหาอุทกภัยด้วยตนเอง สอดคล้องกับมุมมองของ Medury (2008) ที่เสนอว่าชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการภัยพิบัติ จากอดีตที่มองว่าชุมชนเป็นเหยื่อของสถานการณ์ และไม่สามารถช่วยเหลือตนเองไปสู่ชุมชนเป็นตัวแสดงหลักในการจัดการปัญหาด้วยตนเอง เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับบริบทแวดล้อมและความต้องการอย่างแท้จริง

นอกจากนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างความเป็นพลเมืองให้กับประชาชนในพื้นที่ เพื่อร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเพื่อวางแผน และจัดการอุทกภัยร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกขั้นตอน สอดคล้องกับ Ulum & Chaijaroenwatana (2012-2013) ที่ว่าประชาชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการอุทกภัยร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของพื้นที่ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และภูมิปัญญาในการจัดการปัญหา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในการวางแผนจัดการอุทกภัย โดยมุ่งหวังให้เกิดความยั่งยืนทางการจัดการ พร้อมกันนั้นประชาชนตระหนักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของปัญหา จึงเกิดความกระตือรือร้นเข้ามามีส่วนร่วมจัดการอุทกภัยด้วยขีดความสามารถของตน โดยไม่ต้องรอการสั่งการหรือชี้แนะจากภาครัฐ สอดคล้องกับ จักรพันธ์ โพธิพัฒน์ และสุทธิพันธ์ โสทธิวิธิ (2562) ที่กล่าวว่าทำให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางของการจัดการปัญหา ถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการจัดการปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่มีความยั่งยืน

เมื่อสถานการณ์กลับสู่สภาวะปกติ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานระดับภูมิภาค ต้องร่วมกันถอดบทเรียนการจัดการอุทกภัยที่ผ่านมา เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม และสภาพปัญหาของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Abarquez & Murshed (2004) ที่เสนอว่าเมื่อสถานการณ์กลับสู่สภาวะปกติ ชุมชน องค์กรปกครองส่วน

ท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องร่วมกันถอดบทเรียนเพื่อเรียนรู้ความสำเร็จและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการภัยพิบัติในอนาคต

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผู้วิจัยพบว่าประชาชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการอุทกภัยของชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์จึงตระหนักถึงความรุนแรงและผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาเพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับอุทกภัยได้อย่างปลอดภัย นโยบายของการจัดการอุทกภัยของชุมชนท้องถิ่นจึงอยู่ที่การให้อำนาจประชาชนเพื่อให้อำนาจประชาชนสามารถจัดการปัญหาด้วยตนเอง ขณะเดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานต้นทางในการจัดการปัญหาก็ได้รับการกระจายอำนาจหน้าที่ในการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม สภาพปัญหา ชีตความสามารถ และความพร้อมของแผนการกระจายอำนาจที่เป็นแบบแผนเดียวกัน

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถใช้แนวคิดการจัดการอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการอุทกภัยร่วมกับประชาชนในพื้นที่

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสาธารณภัยสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการอุทกภัยที่สอดคล้องกับบริบท สภาพปัญหา ชีตความสามารถ และความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) หน่วยงานระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอุทกภัยสามารถนำข้อมูลมาสร้างกลไกประสานความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการจัดสรรทรัพยากร และข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่รวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาความเป็นพลเมือง เพื่อให้ทราบถึงมุมมองต่อการตระหนักถึงปัญหา และชีตความพร้อมต่อการจัดการปัญหาอุทกภัยของประชาชน

2) ควรศึกษานวัตกรรมจัดการอุทกภัยของท้องถิ่น เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการที่ชุมชนท้องถิ่นนำใช้เพื่อเตรียมความพร้อมและรับมือกับอุทกภัย

เอกสารอ้างอิง

- จักรพันธ์ โพธิพัฒน์ และ สุทธินันท์ โสคติวี. (2562). วิสาหกิจด้านตูมทางด้านสิ่งแวดล้อม. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 2(2), 77-89.
- ทวิดา กมลเวชช. (2554). มหัตตวรรษอุทกภัยแบบไทยไทย. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*, 9(3), 20-39.
- ไททัศน์ มาลา, วลัยพร ชินศรี, และ วิไลลักษณ์ เรืองสม. (2558). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปทุมธานีกับการจัดการปัญหาอุทกภัย. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(3), 172-183.
- พันธุ์ศิริ ธนาธิวงค์. (2556). เครือข่ายการจัดการภัยพิบัติจากอุทกภัย หมู่บ้านแก้วกอ ตำบลทอนหงส์ อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยบริการ*, 24(1), 51-71.

- วสันต์ เหลืองประภัสร์. (2563). *การอภิบาลบนฐานความร่วมมือ: สภาวะสังคมไร้ศูนย์กลาง การแตกกระจายในระบบบริหารราชการแผ่นดิน และแสวงหาตัวแบบใหม่ในการขับเคลื่อนภารกิจของรัฐ*. สถาบันพระปกเกล้า.
- วินัย อย่างกูร. (2563). การตัดสินใจจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาพื้นที่ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 3(1), 23-45.
- วิระศักดิ์ เครือเทพ, จรัส สุวรรณมาลา, ตระกูล มีชัย, วศิน โกมุท, เสาวนีย์ วิจิตรโกสม, เอื้ออารีย์ อึ้งจะนิล, ฐิตยา เพชรมณี, อรอนงค์ เต็มทวีวุฒิ, จักรพงษ์ หนูดำ, เปรมสุตา จีวนอก, และ เจตน์ ดิษฐอุดม. (2557). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาวิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลการกระจายอำนาจของไทย. คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดพัทลุง. (2560). *แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดพัทลุง พ.ศ. 2558 (ฉบับทบทวน)*.
- สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดสงขลา. (2562). *แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2558 (ฉบับปรับปรุงประจำปีงบประมาณ 2562)*.
- Abarquez, I., & Murshed, Z. (2004). *Community-based disaster risk management: Field practitioners' handbook*. Asian Disaster Preparedness Center.
- Andrew, M., & Shah, A. (2003). *Citizen-centered governance: A new approach to public sector reform*. In A. Shah (Ed.), *Bringing Civility in Governance* (pp. 1-36). The World Bank.
- Denters, B. (2011). *Local Governance*. In M. Bevir (Ed.), *The SAGE Handbook of Governance* (pp. 313-329). SAGE.
- Gulick, L. (2011). *Notes on the theory of organization*. In J. S. Ott, J. M. Shafritz, & Y. S. Jang (Eds), *Classic reading in organization theory* (7th ed.) (pp. 83-91). Wadsworth.
- Medury, U. (2008). *Toward disaster resilient communities: A new approach for South Asia and Africa*. In J. Pinkowski (Ed.), *Disaster Management Handbook* (pp. 337-354). CRC Press.
- Osborne, S. P. (2010). *Introduction: The (new) public governance: a suitable case for treatment?*. In S. P. Osborne (Ed.), *The new public governance? Emerging perspective on the theory and practice of public governance* (pp. 1-16). Routledge.
- Perwaiz, A., Sinsupan, T., & Murphy, K. (2015). *Empowering communities & strengthening resilience*. Asian Disaster Preparedness Center.
- Sinhasema, S. (2017). Citizen empowerment: Institutional collaboration between Pak Kret Municipality and its community in the 2011 flood disaster management. *Journal of Social Science*, 13(1), 163-180.
- Sorensen, E., & Torfing, J. (2012). Introduction: Collaborative innovation in the public sector. *Innovation Journal*, 17(1), 1-14.
- Ulum, M. C., & Chaijaroenwatana, B. (2012-2013). Governance and capacity building of handling the flood issue in Bojonegoro Municipality, Indonesia. *Journal of Politics and Governance "Sustainable Community Development (I)"*, 3(1), 18-34.
- World Meteorological Organization. (2017). *Integrated flood management tools series: Community-based flood management*. <https://www.floodmanagement.info>.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Method* (5th ed.). SAGE.

แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี GUIDELINES TO PROMOTE GOOD LEARNING BEHAVIOR OF TEACHER STUDENTS RAMBHAI BARNI RAJABHAT UNIVERSITY

ธันวดี ดอนวิเศษ¹ และ ปวีรีสา จรดล²

Thanwadee Donviset and Phawarisa Choradon

Article History

Received: 06-05-2021; Revised: 01-06-2021; Accepted: 17-09-2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู และหาแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 345 คน จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน อาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ส่วนแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครูใช้วิธีการสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน และวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า

สภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม คุณภาพทางการเรียนการสอน และการจัดการกับเวลา ตามลำดับ และแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนของครอบครัวเพื่อให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดี 2) การมีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนที่เหมาะสมและเพียงพอ 3) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning 4) การสนับสนุนของเพื่อนและรุ่นพี่ในหลักสูตรที่เรียน และ 5) การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมแรงบันดาลใจและพลังทางบวกให้กับนักศึกษา

คำสำคัญ: แนวทาง; การส่งเสริม; พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., ธันวดี ดอนวิเศษ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Assistant Prof., Ph.D, Faculty of Education, Rambhai Barni Rajabhat University
E-mail: Thanwadee.d@rbru.ac.th *Corresponding Author

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., ปวีรีสา จรดล, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Assistant Prof., Ph.D, Faculty of Education, Rambhai Barni Rajabhat University

ABSTRACT

The purposes of this research were to study factors that affected teacher students' good learning behaviors, and conditions and find guidelines to promote teacher students' good learning behaviors, Rambhai Barni Rajabhat University using Mixed Methods Research. 345 respondents gained from multi-stage sampling, and the data were collected using a questionnaire. Guidelines to promote teacher students' good behaviors were gained from focus group discussions with 12 key informants and the contents were analyzed according to the concepts of focus group discussion.

The research results found that:

The factors that affected teacher students' good learning behaviors conditions, Rambhai Barni Rajabhat University as a whole was at the highest level. When considering each item sorting from higher to lower levels, the social environment factor, learning and teaching quality, and time management. Guidelines to promote the teacher students' good learning behaviors, Rambhai Barni Rajabhat University were as follows: 1) Support from the family to promote the students' good learning behaviors 2) Having appropriate and enough learning facilities 3) Learning management using active learning 4) Support from friends and seniors in the same curriculum included learning help and 5) Organization of activities that promoted the students' inspiration and positive motivation.

Keywords: guidelines; to promote; students' good learning behaviors

1. บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันการศึกษาระดับสูงในท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น สังคมและประเทศชาติ เพราะเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนากำลังคนในระดับวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงในสาขาต่าง ๆ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศชาติ โดยสถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่และบทบาทสำคัญคือ การผลิตบัณฑิต การวิจัยเพื่อค้นคว้าหาความรู้ การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และหนึ่งในหน้าที่ที่สำคัญคือการผลิตบัณฑิต ซึ่งมนุษย์นั้นเป็นทรัพยากรทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษา จึงต้องอาศัยกระบวนการหรือกลวิธีที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้บัณฑิตมีความพร้อมด้านความรู้ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านปัญญา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552) จึงจะเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพต่อการพัฒนาประเทศชาติอย่างแท้จริง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าบัณฑิตที่ผลิตออกไปจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่สังคมคาดหวังไว้

การจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในปัจจุบัน มุ่งพัฒนาความเจริญของงานทางด้านสติปัญญา และความคิด เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ แต่ทางกลับกันสภาพของการจัดการเรียนการสอนกลับเน้นที่การท่องจำจากการลงมือปฏิบัติ อาศัยการจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายในชั้นเรียนเป็นส่วนใหญ่ (พันศักดิ์ พลสารมัย, 2557) ขณะที่นักศึกษาเข้าใหม่มาจากนักเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีพื้นฐานความรู้และทักษะแตกต่างกัน เมื่อมาเรียนระดับอุดมศึกษาจึงเกิดปัญหาระหว่างการศึกษาล่าเรียน ในงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (ชานาญ ด่านคำ, 2558) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งหมด 10 ด้านได้แก่ ด้านทัศนคติในการเรียน แรงจูงใจ การจัดเวลาเพื่อการเรียน ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนในการเรียน การมีสมาธิต่อการเรียน กระบวนการรวบรวมข้อมูล ความสามารถในการจับประเด็น

เนื้อหา การใช้เทคนิคและอุปกรณ์ช่วยเหลือทางการเรียน การทบทวนและการเตรียมตัวสอบ พบว่านักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้านการแรงจูงใจน้อยที่สุด เนื่องจากนักศึกษาขาดแรงจูงใจในการเรียน ขาดความกระตือรือร้นต่อการเรียนรู้ ตลอดจนการมีทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนด้านลบ เพราะคิดว่าแต่ละรายวิชาที่เรียนนั้นยาก เมื่อเข้าห้องเรียนก็ไม่ตั้งใจเล่าเรียน ส่งผลให้นักศึกษาไม่สนใจในการเข้าชั้นเรียน ขาดเรียนบ่อย จนนำไปสู่การออกกลางคันในระหว่างการศึกษาได้ เพียว ดีใจ และคณะ (2554) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร พบว่า สาเหตุที่นักศึกษาออกกลางคันเกิดจากปัจจัยส่วนตัวของนักศึกษาเอง โดยมีสาเหตุจากนักศึกษาค้นนั้นมีความรู้ในสาขาที่เรียนน้อย ขาดการวางแผนการเรียนที่ดี จนทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการเรียน ท้อแท้ และสอบตกในที่สุด ปัจจัยต่อมาคือด้านสถาบันที่มีการจัดระบบการดูแลนักศึกษาไม่ทั่วถึง ขาดประสิทธิภาพมีอุปกรณ์การเรียนการสอนไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา และนโยบายการบริหารจัดการของสถานศึกษาไม่ชัดเจน หรือได้รับการบริการไม่เหมาะสมจึงนำไปสู่ทัศนคติที่ไม่ดีต่อสถาบันที่ศึกษา และปัจจัยด้านสภาพครอบครัว ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักศึกษาตัดสินใจออกกลางคัน เพราะหากนักศึกษามีฐานะครอบครัวยากจน ผู้ปกครองมีอาชีพไม่แน่นอน หรือครอบครัวมีลูกหลายคน ก็ยากที่จะสนับสนุนให้การเรียนรู้ของนักศึกษามุ่งตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ และปัจจัยสุดท้ายคือด้านสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการเรียนการสอน การคมนาคมหรือการเดินทางที่ไม่สะดวกสบาย การรับน้องและการที่ผู้เรียนไม่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ได้ จนทำให้นักศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ประสบกับปัญหาในเรื่องของการปรับตัว และวิธีการเรียน จนต้องพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาในที่สุด เพราะมีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่สถาบันแต่ละแห่งกำหนดไว้

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เป็นสถาบันการผลิตครูที่เปิดสอนมาอย่างยาวนาน มีหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตหลายสาขาวิชาที่ได้เปิดดำเนินการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ สาขาวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ทั่วไป เคมี ฟิสิกส์ ชีววิทยา ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ พลศึกษา สังคมศึกษา การศึกษาปฐมวัย การศึกษาพิเศษ และคอมพิวเตอร์ศึกษา แต่ละปีการศึกษาได้มีการจัดส่งนักศึกษาในระดับชั้นปีที่ 5 ออกฝึกปฏิบัติการสอนตามสถานศึกษาต่าง ๆ จำนวนมาก จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนานักศึกษาครูให้เป็นผู้มีความรู้ความชำนาญในสาขาวิชาชีพของตนเอง ผ่านพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาตามคุณลักษณะที่ดีของสังคมต้องการ เป็นครูที่ดี เป็นครูที่เก่ง และมีคุณธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักเรียนในอนาคต

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและการปลูกฝังพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาวิชาชีพครู ผู้มีความเป็นครูที่มีคุณภาพในสังคมดิจิทัล จึงสนใจศึกษาสภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษา ภายใต้บริบทของสังคมไทยในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสูง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน สามารถนำมาปรับหรือประยุกต์ใช้ในการพัฒนาส่งเสริมให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดีและผลจากการศึกษาสามารถเกิดประโยชน์ต่อวงการศึกษาและการพัฒนาสังคมในด้านอื่น ๆ ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
2. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3. การทบทวนวรรณกรรม

มีนักจิตวิทยาได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเรียนและพัฒนาเครื่องมือขึ้นมา ดร. แครี อี เวียนสไตน์ (Claire E. Weinstein) ดร. เดวิด อาร์ พอลเมอร์ (David R. Palmer) และ ดร. แอน ซี สคราร์ท (Ann C. Schulte) มหาวิทยาลัยเท็กซัสแห่งออสติน (University of Texas at Austin) ได้สร้างแบบสำรวจพฤติกรรมการเรียน Learning and Study Strategies Inventory (LASSI) (Weinstein C.E, Schulte A.C, and Palmer, D.P, 2002) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียน เพื่อประโยชน์ในการ

ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาที่มีปัญหาทางการเรียน แบ่งออกเป็น 10 ด้าน ดังนี้ 1) ทศนคติ (The Attitude Scale) หมายถึง ทศนคติของนักศึกษาที่มีต่อ สถานศึกษาและความสำเร็จในการเรียน เช่น ความสามารถหรือวิธีการต่างๆที่นักศึกษาใช้ในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จหรือประสบความสำเร็จในการเรียน (ตัวอย่างข้อคำถาม: ฉันรู้สึกสับสนและไม่แน่ใจว่าอะไรคือจุดมุ่งหมายในการเรียนของฉัน) นักศึกษาที่มีคะแนนในระดับนี้ต่ำ อาจจะเป็นคนที่ไม่เชื่อมั่นในสถานศึกษาของตนว่ามีความสำคัญเพียงไร และต้องการพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับสถานศึกษาเพื่อนำไปสู่เป้าหมายชีวิตในอนาคต 2) แรงจูงใจ (The Motivation Scale) หมายถึง นักศึกษาเอาใจใส่ มีระเบียบวินัยในตนเอง และมีความพยายามซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การเรียนนั้น ประสบความสำเร็จ (ตัวอย่างข้อคำถาม: เมื่อฉันได้รับงานที่ยาก ฉันไม่เคยยอมแพ้ หรือเลือกที่จะศึกษาในเรื่องที่ง่ายกว่า) นักศึกษาที่มีคะแนนในระดับนี้ต่ำ จะเป็นผู้ที่ต้องยอมรับ และรับผิดชอบกับผลที่ออกมา และเรียนรู้ที่จะกำหนดเป้าหมาย หรือวิธีการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ 3) การจัดการกับเวลาทางการเรียน (The Management Scale) หมายถึง นักศึกษาสามารถวางแผน และจัดการกำหนดเวลาของตนเองตามสถานการณ์ต่างๆ (ตัวอย่างข้อคำถาม: ฉันจะตั้งใจเรียนเฉพาะที่เป็นเวลาใกล้สอบ) นักศึกษาที่มีคะแนนต่ำอาจจะต้อง การพัฒนาจัดการตารางเวลา หรือเทคนิคต่าง ๆ ในการช่วยจัดการเวลา และหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษา 4) ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียน (The Anxiety Scale) หมายถึง ระดับความกังวลของนักศึกษาที่มีต่อสถานศึกษา นักศึกษาที่มีระดับคะแนนต่ำ มักจะพบประสบการณ์หลายอย่างที่ทำให้เกิดความวิตกกังวลสูงในสถานศึกษา ส่วนนักศึกษาที่มีระดับสูงมักจะมี ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งชัดเจน (ตัวอย่างข้อคำถาม : ฉันรู้สึกเป็นกังวล เกี่ยวกับคำตอบของฉันในการทดสอบครั้งนี้) ผู้ที่มีคะแนนต่ำอาจจะต้อง การพัฒนาเทคนิคต่าง ๆ ที่ช่วยในการลดความวิตกกังวลในเรื่องรอบตัว และสามารถให้ความสนใจกับสิ่งใด สิ่งหนึ่ง หรือจดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ 5) การมีสมาธิต่อการเรียน (The Concentration Scale) หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาที่มุ่งความสนใจต่อเหตุการณ์ในขณะนั้น (ตัวอย่างข้อคำถาม : ฉันพบว่าในขณะที่เรียนฉันคิดถึงสิ่งอื่นและไม่ได้ฟังว่าอาจารย์ที่สอนพูดถึงเรื่องอะไร) ผู้ที่มีคะแนนต่ำอาจจะต้อง การเรียนรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบความสนใจของตนเอง และพัฒนาเทคนิคที่ทำให้มีสมาธิในการเรียนมากยิ่งขึ้น 6) กระบวนการรวบรวมข้อมูล (The Information Processing Scale) หมายถึง วิธีการที่นักศึกษาสามารถใช้จินตนาการ กลวิธีในการจัดการ และทักษะของเหตุผล หรือวิธีในการเรียนที่ช่วยให้นักศึกษาสามารถเชื่อมโยงความรู้เดิมเข้ากับสิ่งที่พวกเขากำลังจะเรียนรู้และจดจำ เช่น ความรู้ที่มีคุณค่า และข้อมูลของสิ่งต่าง ๆ ในอนาคต (ตัวอย่างข้อคำถาม : ฉันตีความสิ่งฉันกำลังเรียนให้เป็นภาษาของตนเอง) นักศึกษาที่มีระดับคะแนนต่ำอาจมีความยากลำบากในการที่จะตีความหมายของข้อมูล หรือบทเรียน และไม่รู้วิธีการจำที่จะช่วยให้ตนเองนึกเรื่องราวหรือบทเรียนต่าง ๆ ได้ในภายหลัง 7) การเลือกใจความสำคัญและจดจำเนื้อหาที่สำคัญของบทเรียน (The Selecting Main Ideas Scales) หมายถึง ทักษะของนักศึกษาที่สามารถจับใจความสำคัญของเนื้อหาส่วนใดสำคัญมาก และส่วนใดที่ไม่ค่อยมีสำคัญกับรายละเอียด (ตัวอย่างข้อคำถาม: บ่อยครั้งที่ฉันลืมเก็บรายละเอียด จนไม่สามารถมองภาพรวมของเรื่องนั้นได้) นักศึกษาที่มีระดับคะแนนต่ำอาจต้องการการพัฒนาทักษะในการแยกเนื้อหาออกเป็น ส่วนต่าง ๆ และเน้นส่วนที่ควรสนใจ เช่น การอ่านหนังสือภาษาอังกฤษ (Textbook) ซึ่งนักศึกษาจะสามารถเข้าใจความหมายถ้าหากจับใจความสำคัญได้ 8) การใช้เทคนิคและเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน (The study Aids Scale) หมายถึง การที่นักศึกษาสามารถใช้ข้อมูลหรือตัวอย่างที่มีอยู่ช่วยเหลือในการเรียนและค้นคว้าข้อมูล (ตัวอย่างข้อคำถาม: ฉันมักจะช่วยเหลือตนเองโดยการเปิด Textbook เพื่อหาสิ่งที่ฉันต้องการ) ผู้ที่มีคะแนนต่ำอาจต้องการการพัฒนาความเข้าใจว่าข้อมูลหรือตัวอย่างบทเรียนที่มีอยู่มีความสำคัญ และวิธีการใช้ข้อมูลนั้นเพื่อช่วยเหลือตนเองให้เป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น 9) การทดสอบตนเอง การทบทวน และการเตรียมตัวในการเรียน (The self-Testing Scale) หมายถึง จินตนาการหรือการสร้างภาพอันเป็นเทคนิคที่จะช่วยให้นักศึกษา เข้าใจในบทเรียนมากยิ่งขึ้น (ตัวอย่างข้อคำถาม : ฉันจะหยุดอ่านหนังสือเป็นช่วง ๆ เพื่อจินตนาการถึงสิ่งที่ผู้เขียนกล่าวถึง) ผู้ที่มีคะแนนต่ำอาจต้องการพัฒนาความเข้าใจและรู้ซึ้ง เกี่ยวกับการทดสอบตนเอง และเทคนิคในการจินตนาการข้อมูล และระดับของความเข้าใจ หรือความสามารถในการเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ที่กำลังศึกษาอยู่ 10) ยุทธวิธีในการสอบและการเตรียมตัวสอบ (The Test Strategies Scale) หมายถึง การเตรียม

ยมตัวในการสอบของนักศึกษา ซึ่งรวมถึงเทคนิคต่างๆในการท่องจำ (ตัวอย่างข้อคำถาม: ในการสอบหรือเขียนบทความ ฉันพบว่าฉันไม่เข้าใจอะไรที่ผู้ถาม ต้องการ หรืออะไรที่ทำให้เสียคะแนนในการสอบ) ผู้ที่มีคะแนนต่ำอาจต้องการเรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อเตรียมตัวในการสอบซึ่งนักศึกษาสามารถที่จะหาวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการใช้ ความรู้ที่เรียนมาในการสอบได้

สรุปพฤติกรรมเรียนที่ส่งเสริมให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในด้านการเรียน ประกอบด้วย ทักษะคิด แรงจูงใจ การจัดการกับเวลาทางด้านการเรียน ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียน การมีสมาธิต่อการเรียน กระบวนการรวบรวมข้อมูล การเลือกใจความสำคัญและจดจำเนื้อหาที่สำคัญของบทเรียน การใช้เทคนิคและเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน การทดสอบตนเอง การทบทวน และการเตรียมตัวในการเรียน และยุทธวิธีในการสอบและการเตรียมตัวสอบ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) สร้างข้อสรุป และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาทุกสาขาวิชาคณะครุศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 2,117 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาทุกสาขาวิชาคณะครุศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ประจำปีการศึกษา 2561 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยความคลาดเคลื่อน .05 ของยามานะ (Yamane, 1970) จำนวน 345 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเลือกแบบเจาะจง (Purposive) กับผู้ที่สามารถให้คำตอบในประเด็นที่ทำการศึกษาได้ มีกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ประกอบด้วย ตัวแทนนักศึกษา ตัวแทนอาจารย์ประจำหลักสูตร ตัวแทนอาจารย์ที่ปรึกษา และตัวแทนผู้ปกครองนักศึกษา

2. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเรียน ได้แก่ การจัดการกับเวลา ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียน การมีสมาธิในการเรียน กระบวนการรวบรวมข้อมูล การเลือกจดจำเนื้อหาที่สำคัญ การใช้อุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน การทดสอบบทเรียนด้วยตนเอง การเตรียมตัวสอบ ด้านคุณภาพทางการเรียนการสอน และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดพฤติกรรมเรียนที่ดีของนักศึกษาคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับโดยมีลักษณะการตอบตั้งแต่ระดับมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับอยู่ระหว่าง 0.54 – 0.92 และทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย นำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยสูตรของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.921 และแบบบันทึกการสนทนากลุ่มแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง หลังจากนั้นจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ จัดหมวดหมู่ จำแนกประเภทข้อมูลทุกประเด็น แล้วนำมาเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในคุณภาพหรือคุณสมบัติของข้อมูล เพื่อหาข้อสรุปที่ได้จากการตีความ การตรวจสอบความถูกต้อง ตรงประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจะสร้างองค์ความรู้ใหม่จากปรากฏการณ์จริงเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ จากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่ต่างกัน

5. ผลการศึกษา

1. สภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม คุณภาพทางการเรียนการสอน การจัดการกับเวลา ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียน การมีสมาธิในการเรียน การใช้อุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน กระบวนการรวบรวมข้อมูล การเตรียมตัวสอบ การทดสอบบทเรียนด้วยตนเอง และการเลือกจดจำเนื้อหาที่สำคัญ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด 10 ด้านดังนี้

1) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการจัดการกับเวลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ มันเป็นการยากที่จะต้องเรียนตามตารางเรียนที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ รองลงมาเป็น นักศึกษาใช้เวลาค่อนข้างมากกับเพื่อนจนมีผลกระทบต่อ การเรียน และลำดับสุดท้าย ได้แก่ เมื่อนักศึกษาตัดสินใจอ่านหนังสือ นักศึกษาจะจัดตารางที่แน่นอนและทำตามนั้นอย่างแน่วแน่

2) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ แม้ว่านักศึกษาจะเตรียมตัวมาอย่างดีในการสอบ นักศึกษาก็ยังรู้สึกกังวลใจอย่างมาก รองลงมาเป็นนักศึกษารู้สึกวิตกกังวลว่านักศึกษาจะสอบตกและออกจากมหาวิทยาลัย และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ความกังวลใจว่าจะทำข้อสอบได้นั้นไม่ดี รับกวนสมาธิในการทำข้อสอบของนักศึกษา

3) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการมีสมาธิในการเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษา มักเผลอลอยคิดถึงสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เรียน รองลงมาเป็นนักศึกษาไม่สามารถรวบรวมสมาธิได้เพราะรู้สึกกระวนกระวาย หรืออารมณ์ไม่ดี และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ปัญหาภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น เรื่องความรัก เรื่องการเงิน เรื่องการขายสินค้าออนไลน์ เรื่องความขัดแย้งในครอบครัว เป็นสาเหตุให้นักศึกษาไม่สนใจต่อการเรียน

4) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านกระบวนการรวบรวมข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษาพยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่นักศึกษาเรียนกับสิ่งที่นักศึกษาทราบ รองลงมาเป็นนักศึกษายกตัวอย่างหาวิธีนำสิ่งที่นักศึกษาเรียนไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และลำดับสุดท้าย ได้แก่ นักศึกษาจะเรียนรู้คำหรือแนวคิดใหม่ ๆ โดยโยงสิ่งเหล่านั้นกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และนักศึกษายกตัวอย่างหาความสัมพันธ์ของแก่นเนื้อหาที่สำคัญในการเรียน

5) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการเลือกจดจำเนื้อหาที่สำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ บ่อยครั้งในขณะที่เรียนนักศึกษามักจะงงกับรายละเอียดและไม่สามารถเห็นภาพรวมทั้งหมด เพราะนักศึกษาสนใจรายละเอียดมากเกินไป รองลงมาเป็นนักศึกษายกตัวอย่างใช้วิธีการสรุปใจความสำคัญให้ได้ขณะที่ฟังคำบรรยาย และลำดับสุดท้าย ได้แก่ นักศึกษาสามารถแยกแยะข้อมูลที่สำคัญหรือไม่สำคัญได้ขณะที่จดคำบรรยาย

6) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการใช้อุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษาจะใช้ปากกาหลากหลายสีสันทันในการเน้นความสำคัญของหัวข้อนั้นๆ รองลงมาเป็นนักศึกษาคาดจะใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการเรียนรู้ และลำดับสุดท้าย ได้แก่ การขีดเส้นใต้ข้อความหรือการทำเส้นทึบทับข้อความมีประโยชน์ต่อการทบทวนบทเรียนของนักศึกษา

7) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการทดสอบบทเรียนด้วยตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษาอ่านหนังสือเพิ่มเติมจากที่อาจารย์สอนในบทเรียน รองลงมาเป็นในขณะที่อ่านหนังสือนักศึกษามักหยุดอ่านเป็นช่วง ๆ และทบทวนสิ่งที่อ่านไปแล้วในใจ และลำดับสุดท้าย ได้แก่ นักศึกษาจะพยายามแก้คำถามที่อาจจะออกข้อสอบขณะทบทวนบทเรียน

8) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการเตรียมตัวสอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษาจะทำการตรวจสอบว่าได้ทำข้อสอบครบทุกข้อและความเรียบร้อยของกระดาษคำตอบก่อนส่งกรรมการคุมสอบ รองลงมาเป็นนักศึกษาคาดเตรียมอุปกรณ์การเรียนให้พร้อมก่อนเข้าห้องสอบ และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ถ้านักศึกษาทำข้อสอบข้อใดไม่ได้จะข้ามไปก่อนแล้วค่อยคิดทบทวนและพยายามทำข้อสอบข้อนั้นภายหลัง

9) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านคุณภาพทางการเรียนการสอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ นักศึกษาเลือกกิจกรรมการเรียนได้ตามความสามารถและความต้องการของตนเองกรรมการคุมสอบ รองลงมาเป็นอาจารย์เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาที่กำลังสอน และลำดับสุดท้าย ได้แก่ อาจารย์จัดแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายและเกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

10) พฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ผู้ปกครองให้การสนับสนุนนักศึกษาทุกเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนสอน รองลงมาเป็นผู้ปกครองคอยให้คำแนะนำและให้กำลังใจเมื่อนักเรียนเกิดปัญหาด้านการเรียน และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้ปกครองจัดหาสื่อและแนะนำให้นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียน

2. การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เมื่อได้ผลจากการสนทนากลุ่มเพื่ออภิปราย พิจารณา (ร่าง) แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ประกอบด้วย 5 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การสนับสนุนของครอบครัวเพื่อให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดี ประกอบด้วย การดูแลเอาใจใส่ที่ใกล้ชิด การให้กำลังใจ ผู้ปกครองสามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับการเรียนได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการสนับสนุนนักศึกษาในทุก ๆ ด้าน เพราะครอบครัวถือได้ว่าเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดในสังคมการปูพื้นฐานทางพฤติกรรมจะต้องกระทำตั้งแต่นักศึกษาอยู่ในวัยเด็ก เพราะการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงวัยรุ่นนั้นจะเป็นเรื่องที่จะทำได้ยาก ดังนั้นพ่อแม่ผู้ปกครองจะต้องแสดงบทบาทในการสนับสนุนทั้งด้านวิชาและด้านพฤติกรรม เช่น การกล่าวชมเชย การให้รางวัลตามสมควร การว่ากล่าวตักเตือน การโอ้อวดเพื่อให้กำลังใจ มีการสื่อสารที่ดีในครอบครัว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นแรงผลักดันให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดี

ประเด็นที่ 2 การมีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนที่เหมาะสมและเพียงพอ ประกอบด้วย การจัดหาคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต เครื่องบันทึกเสียง อุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีความ จำเป็นมากต่อการเรียนของนักศึกษาในปัจจุบันนี้ เพราะนักศึกษาจะต้องใช้ในการสืบค้นเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ตลอดจนการจัดทำรายงานในการนำเสนองานหรือในการเรียนการสอนที่จะต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางการศึกษา นอกจากอุปกรณ์ที่กล่าวมาครอบครัวควรดูแลด้านทรัพย์สินหรือเงินทองด้วย เพราะเป็นเรื่องที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพราะนักศึกษาบางคนหากครอบครัวไม่ได้สนับสนุนเงินทอง ก็จะต้องไปทำงานพิเศษ ซึ่งการทำงานพิเศษของนักศึกษาบางครั้งกระทบต่อการจัดเวลาในการเรียนของนักศึกษาเอง ดัง

เรียนได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับที่ อรพิน ศิริสัมพันธ์ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร หากนักศึกษามี ทักษะคิดในการเรียนทางบวก ก็สามารถจัดการกับความรู้สึกนึกคิดทางลบได้ อาจเป็นเพราะนักศึกษาไม่ได้วิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องเรียน ส่วนใหญ่เข้ามาเพื่อแสวงหาความรู้ และยังได้พบปะเพื่อนใหม่ในมหาวิทยาลัย ซึ่งมีโอกาสได้เรียนรู้กันและกัน ช่วยเหลือกันในเรื่องเรียน ทำให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนส่งผลให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงตามไปด้วย

การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning อาศัยการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และมอบหมายกรณีศึกษาให้วิเคราะห์ กิจกรรมที่นำมาใช้ควรเป็นกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การสื่อสาร การนำเสนอ ซึ่งสวาทิตรี โรจนะสมิต (2555) ได้ศึกษาการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการเรียนเชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร พบว่า หลังจัดการเรียนด้วยวิธีการเรียนเชิงรุก นักศึกษาส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในรูปแบบมีส่วนร่วมมากขึ้น และนักศึกษามีการ เปลี่ยนแปลงแนวคิดจากแนวคิดดั้งเดิม ส่งผ่านความรู้ ไปสู่แนวคิดก้าวหน้า สร้างความรู้ และผลจาก การสำรวจความพึงพอใจ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการเรียนเชิงรุกใน ภาพรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดดังนั้นครูผู้สอนจะต้องหาวิธีสร้างความสนใจ โดย ครูต้องจัดสิ่งแวดล้อมที่ช่วยกระตุ้น และท้าทายความสามารถให้กับผู้เรียน การจัดกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถ สร้างสิ่งที่น่าสนใจ ตาตื่นใจเพื่อจูงใจให้ผู้เรียน มีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ควรจัดให้เกิดความสนุกสนานไปพร้อมกับเรียนรู้ด้วย ประสบการณ์ที่จะจัดให้ต้องต่อเนื่องกับประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่มีอยู่ และส่งเสริมเน้นให้ผู้เรียนทำงานเป็นกลุ่ม และให้อิสระในการทำงานแต่เด็ก โดยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสที่จะลงมือปฏิบัติกิจกรรม โดยอาศัยประสบการณ์ที่มีอยู่เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นของตนต่อสมาชิกภายในกลุ่ม ส่วน Hake, R. (1998) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และการมีส่วนร่วมของนักศึกษาที่ ลงทะเบียนเรียนวิชาฟิสิกส์เบื้องต้น จำนวน 6,542 คน ระหว่างกลุ่มผู้เรียนด้วยวิธีการแบบปกติกับ วิธีการเรียนแบบกระตือรือร้น (Active Learning) พบว่า ผู้เรียนกลุ่มที่เรียนแบบกระตือรือร้น มี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และมีส่วนร่วมในการเรียนสูงกว่ากลุ่มผู้เรียนด้วยวิธีปกติ ซึ่งเป็นวิธีการเรียนของผู้เรียนที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าขณะนั่นเอง ซึ่งเกี่ยวข้องกับเจตคติและการสอนของผู้สอนด้วยและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม ดังนั้นบทบาทของนักศึกษานอกจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวแล้วยังต้องมีปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ และนักศึกษาด้วยกันด้วย ช่วยทำให้อาจารย์ผู้สอนได้ลดบทบาทในการถ่ายทอดความรู้แก่นักศึกษาแบบบรรยายลง และเพิ่มบทบาทในการกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม เกิดความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการจัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเรียนรู้

การสนับสนุนของครอบครัวเพื่อให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดี เป็นการดูแลเอาใจใส่ที่ใกล้ชิด การให้กำลังใจจากผู้ปกครองที่สามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับการเรียนได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการสนับสนุนนักศึกษาในทุก ๆ ด้าน เพราะครอบครัวถือว่าเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดในสังคมการปูพื้นฐานทางพฤติกรรมจะต้องกระทำมาตั้งแต่เด็ก ภาควิชา ภาควิชา ประพาฬวงศ์ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเลี้ยงดูของครอบครัว การเห็นคุณค่าในตนเอง วิธีการเผชิญปัญหาและพฤติกรรม ก้าวร้าวของเยาวชนชายในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนเขต 3 นครราชสีมา พบว่า เยาวชนชายศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนมีวิธีการเผชิญปัญหาแบบมุ่งแก้ไขอารมณ์ และวิธีการเผชิญปัญหาแบบได้ประโยชน์น้อย ดังนั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงวัยรุ่นน่าจะเป็นเรื่องที่กระทำได้ยาก ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองจะต้องแสดงบทบาทในการสนับสนุนทั้งด้านวาจาและด้านพฤติกรรม เช่น การกล่าวชมเชย การให้รางวัลตามสมควร การว่ากล่าวตักเตือน การโอบกอดเพื่อให้อารมณ์ดี มีการสื่อสารที่ดีในครอบครัว พรชัย พุทธิรักษ์ (2555) ได้ความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพในครอบครัวกับความคาดหวัง ความวิตกกังวลในการเรียน และการเผชิญปัญหาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาพบว่า สัมพันธภาพของคนในครอบครัวมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา นักศึกษาที่ไม่ประสบความสำเร็จในการเรียนเกิดจากปัญหาความสัมพันธ์ในครอบครัว สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

ความคาดหวังของครุฑที่มือนักศึกษา การที่พ่อแม่ไม่เชื่อมั่นและไว้วางใจลูกมีผลทำให้นักศึกษาขาดแรงจูงใจในการเรียน การสนับสนุนจากครอบครัวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของมนุษย์ทุกคน เพราะการที่บุคคลจะดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขก็ล้วนมาจากการปลูกฝังพฤติกรรมจากครอบครัว

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การจัดการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนที่ดีเป็นความท้าทายหนึ่งที่ต้องอาศัยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมทั้งนักศึกษา และอาจารย์มาร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดเป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) สติปัญญาของนักศึกษาจะถูกเปิดไว้เพื่อการเรียนรู้และอาจารย์จะต้องพัฒนาโอกาสที่หลากหลาย เพื่อให้นักศึกษาได้สืบเสาะและฝึกทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้ตลอดเวลา สามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลให้นักศึกษามีพฤติกรรมที่เหมาะสมและมีคุณลักษณะตามที่สังคมต้องการที่เป็นทั้ง “คนเก่งและคนดี”

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมในการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยสำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาในปัจจุบัน

2) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับพฤติกรรมการเรียนที่ดีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อสร้างสมรรถนะในการทำนารูปแบบของความสัมพันธ์ทั้งสองตัวแปร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ วางแผน และกำหนดเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมในการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ชำนาญ ด่านคำ และคณะ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พเยาว์ ดีใจ และคณะ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกลางคันตามความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พันศักดิ์ พลสารมย์. (2557). การปฏิรูปการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา: การพัฒนาระบบการเรียนรู้ในระดับปริญญาตรี. การวิจัยเอกสาร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภควดี ปรีชาประพาฬวงศ์ (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเลี้ยงดูของครอบครัว การเห็นคุณค่าในตนเอง วิธีการเผชิญปัญหา และพฤติกรรมก้าวร้าวของเยาวชนชายในศูนย์ฝึก และอบรมเด็กและเยาวชนเขต 3 นครราชสีมา. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พรชัย พุทธิรักษ์. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่าง สัมพันธภาพในครอบครัว กับ ความคาดหวัง ความวิตกกังวลในการเรียน และการเผชิญปัญหาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สาวิตรี โรจนะสมิต. (2555). การจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการเรียนเชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- อรพิน ศิริสัมพันธ์. (2550). การศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Hake, R. (1998). Interactive-Engagement vs. Traditional Methods: A Six-Thousand-Student Survey of Mechanics Test Data for Introductory Physics Courses. *American Journal of Physics*, 66(1), 64-74.
- Weinstein C.E, Schulte A.C, and Palmer, D.P. (2002). *Learning and Study Strategies Inventory (LASSI)* (2sd ed). H & H Publishing Company, Inc.
- Yamane, T. (1970). *Statistic : Introductory Analysis* (2nd ed). Harper and Row.

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน
ภาคตะวันออกกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

THE RELATIONSHIP BETWEEN SATISFACTION TOWARDS MEDIA ACTIVITIES OF
EASTERN FOLK SPORT WISDOM AND ATTITUDES TOWARDS EASTERN FOLK SPORT
OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDORS

วิรัตน์ สนธิจันทร์¹ सराली สนธิจันทร์² สมพร ส่งตระกูล³ ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์⁴
และ วรากร ทรัพย์วิระปกรณ์⁵

Wirat Sonchan, Saralee Sonchan, Somporn Songtrakul, Tanida Julvanichpong
and Warakorn Supwirapakorn

Article History

Received: 09-12-2022; Revised: 15-02-2023; Accepted: 15-02-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกภายหลังที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 90 คน

¹⁻² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
Asst. Prof., Ph.D., Faculty of Sport Science, Burapha University
E-mail: wirats@go.buu.ac.th *Corresponding author

³ รองศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
Assoc. Prof., Ph.D., Faculty of Sport Science, Burapha University

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Asst. Prof., Ph.D., Faculty of Education, Burapha University

⁵ อาจารย์, ดร., คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
Lecturer, Ph.D., Faculty of Sport Science, Burapha University

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อสื่อกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก โดยมีค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.7-1.0 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.94 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และหาความสัมพันธ์ด้วยการสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิจัยพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านเท่ากับ 4.66, S.D.=0.33 อยู่ในระดับมากที่สุด และทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเท่ากับ 4.61, S.D.=0.38 อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.71 อยู่ในระดับมาก และสรุปได้ว่าสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านเป็นช่องทางในการสื่อสารไปยังนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้เกิดความพึงพอใจได้ นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับมีทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกในระดับมากอีกด้วย

คำสำคัญ: สื่อกิจกรรม; ภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน; เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ABSTRACT

This research aims (1) to study the satisfaction of secondary school students in the Eastern Economic Corridors towards media activities of eastern folk sport wisdom (2) to study the attitudes of secondary school students in the Eastern Economic Corridors towards the eastern folk sport after attending the eastern folk sport wisdom activities and (3) to study the relationship between satisfaction on media activities of eastern folk sport wisdom and attitudes towards the eastern folk sport of secondary school students in the Eastern Economic Corridors. The samples were composed of 90 secondary school students in the Eastern Economic Corridors provinces. The tool used in this research was a questionnaire of satisfaction and attitudes towards media activities of eastern folk sport wisdom. The validity found that the accuracy was 0.7 – 1.0. The reliability was at 0.94. The descriptive statistics including Mean ($\bar{X}$) and Standard Deviation (S.D.). The Pearson correlation was used to analyze the relationship between the satisfaction with media activities of eastern folk sport wisdom and attitudes towards eastern folk sport of secondary school students which set a statistical significance level of 0.01.

The findings of the research showed that:

satisfaction with media activities of eastern folk sport was 4.66, S.D.= 0.33 which was also the highest level and attitudes toward eastern folk sport were 4.61, S.D.= 0.38, which was also the highest level. When analyzing the relationship between satisfaction with media activities of eastern folk sport wisdom and attitudes towards eastern folk sport was found that there was a correlation coefficient of 0.71 with a high level. According to the findings, it can be concluded that media activities of eastern folk sport wisdom were a means

Keywords: Media activities; Folk Sport Wisdom; Eastern Economic Corridors

สื่อกิจกรรม หมายถึงกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ถูกจัดขึ้นซึ่งเป็นเครื่องมือที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมหรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาด การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ สื่อกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดประกวด การจัดการแข่งขัน การรณรงค์ (วงศกร สิงหรวงศ์, 2561) สอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) ที่ระบุว่า การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสื่อสารที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะด้านการเผยแพร่ข้อมูล จากความหมายและความสำคัญของสื่อ กิจกรรมจึงทำให้เกิดแนวคิดการนำสื่อกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ในการขยายฐานการละเล่นกีฬาพื้นบ้าน เพื่อเป็นช่องทางในการถ่ายทอดวิธีการเล่นกีฬาพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ไปยังเด็กและเยาวชน โดยใช้สื่อกิจกรรมในลักษณะการจัดการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านของนักเรียน

ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่ประกอบไปด้วย 3 จังหวัดได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านภาคตะวันออกศึกษาทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกภายหลังจากการได้รับสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

3. สมมุติฐานการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านอยู่ในระดับมาก
2. ทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกภายหลังจากการได้รับสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านอยู่ในระดับมาก
3. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกอยู่ในระดับสูง

4. การทบทวนวรรณกรรม

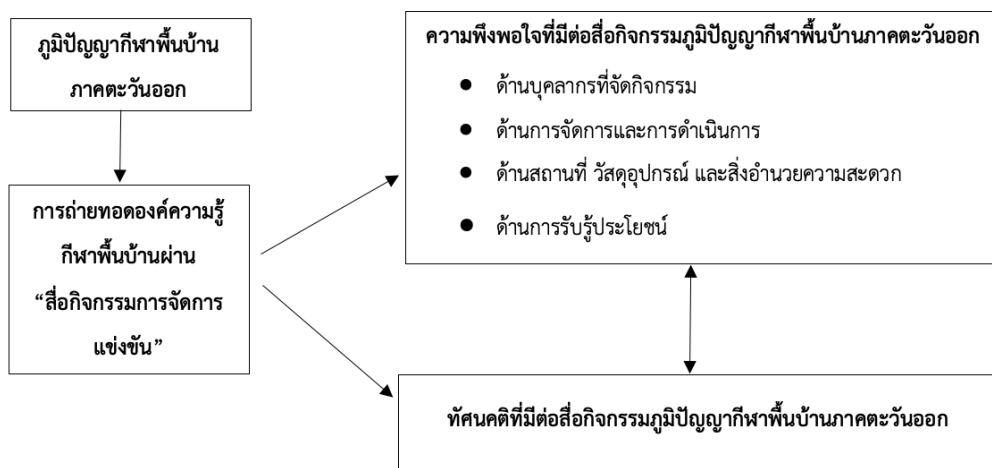
รายงานวิจัยนี้ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ McQuail (2000 อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2555) ได้สรุปแนวคิดการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสาร ว่า ผู้รับสารเป็นผู้เลือกที่จะกระทำ ในการเปิดรับสื่อมวลชนภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ผู้รับสารมีแรงจูงใจส่วนตัวบางประการในการเปิดรับสื่อมวลชน และสื่อมวลชนสามารถให้การตอบสนองตามความคิดหวังของผู้รับสารได้ในด้านเหตุผลหรือความต้องการใช้สื่อนั้น นอกจากนี้ McQuail (1987 อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2555) ยังได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนมาใช้อธิบายลักษณะการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารว่า ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) ความต้องการข่าวสารเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมและใช้ในการตัดสินใจ 2) การกำหนดเอกลักษณ์ส่วนตัว 3) การผสมรวมกลุ่มและติดต่อสังสรรค์ทางสังคม และ 4) ความบันเทิง สอดคล้องกับ ประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2562) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังอันสืบเนื่องจากแรงจูงใจส่วนบุคคลต่าง ๆ นี้จะถูกประเมินในแง่ความพึงพอใจที่ได้รับอีกครั้งจากผู้รับสารว่าสื่อนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการคาดหวังได้หรือไม่ หากความพึงพอใจมีมากเท่าหรือมากกว่าที่คาดหวังผู้รับสารจะเปิดรับสื่อนั้นมากขึ้น และหากเป็นในทางกลับกันผู้รับสารก็จะเปิดรับสื่อนั้นน้อยลงและหาสื่ออื่นเพื่อตอบสนองความต้องการคาดหวังแทน รวมทั้งการศึกษาของ สันดุสิทธิ์ บิรวงศ์ตระกูล และคณะ (2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่แตกต่างกัน หากมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างใดถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

ทฤษฎีการสื่อสาร อับลัตน์ ศิริยุคต์ดี (2550) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นทั้งศาสตร์ (Science) และศิลป์ (Arts) เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้สึนึกคิด อารมณ์ ข่าวสารข้อมูล ความรู้ ภูมิปัญญา ค่านิยมความเชื่อ มรดกทางวัฒนธรรม หรือที่กล่าวโดยรวมว่าเป็นการถ่ายทอดสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันทำงานร่วมกัน กระชับมิตรไมตรีระหว่างกัน ถ่ายทอดความบันเทิงเริงรมย์ การสร้างสรรค์สุนทรียรส หรือเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจการค้า ซึ่งการสื่อสารต้องอาศัยกระบวนการสื่อสาร โดย Berlo (1960, อ้างถึงใน วงศกร สิงหรวงศ์, 2561) ได้เสนอแบบจำลองในการสื่อสาร SMRC model ประกอบไปด้วย แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source), เนื้อหาข่าวสาร (Message), สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ได้ให้ความหมายของทั้ง 4 คำไว้ดังนี้ ผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้ที่เริ่มการติดต่อสื่อสารอาจจะเป็นกลุ่มบุคคล องค์กร สถาบันก็ได้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ 1) เป็นผู้มีทักษะในการสื่อสาร 2) มีทัศนคติที่ดี 3) มีความรู้ความเข้าใจ และ 4) มีความเข้าใจในระบบสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่สาร (Message) คือ เนื้อหาหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้ สำหรับสื่อหรือช่องทาง (Channel) คือ ตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสื่อหรือช่องทางการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารอาจจะใช้สื่อใดสื่อหนึ่ง หรือสื่อหลายชนิดผสมผสานกันหรือเรียกว่า สื่อผสม (Multi-Media) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการสื่อสารนั้น ๆ และผู้รับสาร (Receiver) คือ กลุ่มเป้าหมายที่องค์กรมุ่งดำเนินการสื่อสาร เพื่อหวังผลในด้านทัศนคติและพฤติกรรม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาสีพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาสีพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักเรียนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักเรียนระดับมัธยมศึกษา โดยได้มาด้วยวิธีการอาสาสมัครจากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา 6 โรงเรียนจาก 6 อำเภอ ได้แก่ 1.จังหวัดชลบุรี โรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตัวแทนอำเภอเมือง และโรงเรียนบ้านบึงอุตสาหกรรมนุเคราะห์ ตัวแทนอำเภอบ้านบึง 2.จังหวัดระยอง โรงเรียนระยองวิทยาคม ตัวแทนอำเภอเมือง และโรงเรียนบ้านค่าย ตัวแทนอำเภอบ้านค่าย 3.จังหวัดฉะเชิงเทรา โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ ตัวแทนอำเภอเมือง และโรงเรียนบางปะกง บวรวิทยายน ตัวแทนอำเภอบางปะกง จำนวนกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนละ 15 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power version 3.1.9.4 กำหนด Test Family เป็น t-tests ค่าสถิติทดสอบเป็น Correlation: Point biserial model กำหนดพารามิเตอร์ การทดสอบเป็น two tails ที่ Effect size เท่ากับ 0.3 ค่า แอลฟา เท่ากับ .05 ค่า Power เท่ากับ 0.8 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 82 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล จึงเก็บเพิ่มร้อยละ 10 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 90 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยจากการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคัดเลือกประเด็นเพื่อนำมาสร้างข้อคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยเพศ อายุ และจังหวัด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านภาคตะวันออก จำนวน 17 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรที่จัดกิจกรรม ด้านการจัดการและการดำเนินการ ด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการรับรู้ประโยชน์

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อกิจกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออก จำนวน 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

สำหรับการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านประเมินความเที่ยงตรง จากนั้นนำแบบสอบถามมาแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อทดสอบความถูกต้องและความเข้าใจในคำถามและการสื่อความหมายต่าง ๆ ของแต่ละคำถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency or IOC) ของแบบวัดทั้งหมด อยู่ระหว่าง 0.7-1.00

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม จากผลการตอบของกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความสม่ำเสมอของเครื่องมือและมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัย โดยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ประเด็นความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านภาคตะวันออก อยู่ที่ 0.94 และทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออก อยู่ที่ 0.96 รวมทั้งฉบับอยู่ที่ 0.94

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล (SPSS) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านภาคตะวันออก และทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออกใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านภาคตะวันออกและทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออก ใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้นำมาแปลความหมาย ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

4.50 – 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

5. การขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กับคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และได้รับการรับรอง เลขที่ใบรับรอง IRB2-010/2565

7. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามวัดความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก และทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 90 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 90 คนอายุเฉลี่ย 16.18+1.10 ปี แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง 45 คนเท่ากัน เพศชายมีอายุเฉลี่ย 16.27+1.18 ปี และเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 16.09+1.02 ปี

ตารางที่ 1

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 90$)

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
ด้านบุคลากรที่จัดกิจกรรม			
1. มีบุคลากรเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก	4.69	0.49	มากที่สุด
2. บุคลากรมีบุคลิกภาพที่ดี	4.77	0.43	มากที่สุด
3. บุคลากรสามารถนำเกมได้อย่างสนุกสนาน	4.80	0.46	มากที่สุด
4. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ในการจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.66	0.52	มากที่สุด
5. บุคลากรทุกท่านสามารถอำนวยความสะดวก และดูแลความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกได้	4.76	0.55	มากที่สุด
6. บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก	4.69	0.51	มากที่สุด
รวมด้านบุคลากรที่จัดกิจกรรม	4.73	0.30	มากที่สุด
ด้านการจัดการและการดำเนินการ			
7. การจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก มีชนิดกีฬาที่หลากหลาย	4.68	0.54	มากที่สุด
8. การจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก ตอบสนองความต้องการของท่าน	4.41	0.72	มาก
9. การจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกทำให้ท่านมีความสุข สนุกสนาน	4.84	0.36	มากที่สุด
รวมด้านจัดการและการดำเนินการ	4.64	0.42	มากที่สุด

ด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

10. การจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.43	0.69	มาก
11. สถานที่จัดสามารถในการจัดกิจกรรมได้หลายประเภทและเหมาะสมกับกิจกรรมที่จัดขึ้น	4.61	0.65	มากที่สุด
12. สถานที่จัดกิจกรรมมีความปลอดภัย	4.58	0.64	มากที่สุด
รวมด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.54	0.51	มากที่สุด

ด้านการรับรู้ประโยชน์

13. ท่านได้รับความรู้ ความเข้าใจในวิธีการเล่น จากการจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.64	0.53	มากที่สุด
14. ท่านได้ทราบชนิดกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น จากการจัดกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.71	0.53	มากที่สุด
15. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปใช้ใน ชีวิตได้	4.40	0.76	มาก
16. ท่านได้รับความเพลิดเพลิน และคลายความเครียด จากการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.79	0.49	มากที่สุด
17. ท่านได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.76	0.46	มากที่สุด
รวมด้านการรับรู้ประโยชน์	4.66	0.39	มากที่สุด
รวมทั้ง 4 ด้าน	4.66	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านรวมทั้ง 4 ด้านเท่ากับ $4.66+0.33$ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านบุคลากรที่จัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ $4.73+0.30$ รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ย $4.66+0.39$ ลำดับที่ 3 คือ ด้านการจัดการและดำเนินการมีค่าเฉลี่ย $4.64+0.42$ และด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย $4.54+0.51$ ตามลำดับ

ตารางที่ 2

ทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n = 90)

ทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือแสดงให้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.64	0.55	มากที่สุด
2. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังได้รับความสนใจจากคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเหมือนเดิม	4.44	0.71	มาก
3. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	4.79	0.44	มากที่สุด
4. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต	4.52	0.62	มากที่สุด
5. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความน่าสนใจ	4.60	0.54	มากที่สุด
6. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิธีการเล่นที่ง่าย ไม่สลับซับซ้อน สามารถส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่	4.66	0.62	มากที่สุด
7. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างครอบครัว คนในสังคม และชุมชน	4.63	0.59	มากที่สุด
8. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถเสริมสร้างความสามัคคีระหว่างครอบครัว คนในสังคม และชุมชน	4.68	0.58	มากที่สุด
9. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย	4.58	0.58	มากที่สุด
10. ท่านเห็นว่กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนช่วยให้เกิดความภาคภูมิใจแก่ชุมชนของตนเอง	4.57	0.62	มากที่สุด
รวม	4.61	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่ากับ 4.61 ± 0.38 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อความที่ว่า กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้มีคะแนนมากที่สุด คือ 4.79 ± 0.44 รองลงมา คือ กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถเสริมสร้างความสามัคคีระหว่างครอบครัว คนในสังคม และชุมชน 4.68 ± 0.58 และอันดับ 3 คือ กีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิธีการเล่นที่ง่าย ไม่สลับซับซ้อน สามารถส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ 4.66 ± 0.62

ตารางที่ 3

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หัวข้อ	$\bar{x} \pm S.D.$	ค่าสหสัมพันธ์ (r)
ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน	4.66 ± 0.33	0.71*
ทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.61 ± 0.38	

* $p < 0.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.71 อยู่ในระดับมาก

8. อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้าน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 4.66 ± 0.33 อยู่ในระดับมากที่สุดเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านอาจเป็นเพราะรูปแบบของสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านที่ผู้วิจัยจัดขึ้นนั้นเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสาร (Channel) ที่ใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในสื่อกิจกรรมนั้นเป็นการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นกระบวนการถ่ายทอดทั้งอารมณ์ ความรู้สึก จากรูปแบบกิจกรรมการแข่งขันที่จัดขึ้นไปยังผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง โดยผู้เข้าร่วมยังสามารถเข้าไปสัมผัสถึงสารที่ผู้ส่งต้องการสื่อไปได้ด้วยตัวเองอีกด้วย นอกจากนั้นจุดเด่นของสื่อยังช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันตลอดจนถ่ายทอดความบันเทิงเริงรมย์ได้อีกด้วย (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550) สอดคล้องกับ เมธาวิ แก้วสนิท (2559) ที่กล่าวว่า สื่อกิจกรรมซึ่งเป็นสื่อที่มีข้อดีคือ เน้นการกระทำ (Action) และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้ จึงทำให้ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในสื่อกิจกรรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สหรัฐ ลักษณะสุด (2563) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เกมกลุ่มแข่งขันเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เกมกลุ่มแข่งขันในการพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ และยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้นรูปแบบของสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านยังมีลักษณะเป็นการเรียนรู้แบบร่วมมือ ซึ่งประกอบด้วย 1. การฟังและเกื้อกูลกัน 2. การปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิด 3. ความรับผิดชอบของสมาชิกแต่ละคน 4. การใช้ทักษะปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการทำงานกลุ่มย่อย 5. กระบวนการกลุ่ม (กุลิสรา จิตรชญาวิช, 2562) และเมื่อพิจารณาจากคะแนนความพึงพอใจรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรในการจัดกิจกรรมมีคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีการเตรียมการก่อนจัดกิจกรรมโดยทำการอบรมกติกาการแข่งขันให้กับบุคลากรที่จะใช้ในกิจกรรมนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อกิจกรรมนี้อย่างชัดเจน จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ด้านบุคลากรได้คะแนนความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งบุคลากรในสื่อกิจกรรมนี้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้ที่เริ่มการติดต่อสื่อสารอาจจะเป็นกลุ่มบุคคล องค์กร สถาบันก็ได้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้ส่งสารมีดังนี้ 1) เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร 2) มีทัศนคติที่ดี 3) มีความรู้ความเข้าใจ และ 4) มีความเข้าใจในระบบสังคมและวัฒนธรรม (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553)

2. ทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้าน จากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่ากับ 4.61 ± 0.38 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะจุดเด่นของสื่อกิจกรรมกีฬาพื้นบ้านที่กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสสัมผัส และลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง เน้นการกระทำ และสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่ม จึงอาจเป็นเหตุผลให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อกีฬาพื้นบ้านในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ วนิดา เณรานนท์, รุจา ภูไพบูลย์ และชินฤติ คงศักดิ์ตระกูล (2561) ที่ทำการศึกษา ผลของชุดกิจกรรมสื่อเกมคอมพิวเตอร์ต่อทัศนคติ การรับรู้บรรทัดฐาน และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การมีเพศสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ในกลุ่มทดลองที่ได้รับชุดกิจกรรมสื่อเกมคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีเพศสัมพันธ์สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้วิจัยสรุปว่าชุดกิจกรรมสื่อเกมคอมพิวเตอร์นั้นช่วยปรับทัศนคติของกลุ่มทดลองให้ดีขึ้นได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงพร คำณูวัฒน์ และคณะ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง สื่อพื้นบ้านเพื่อสุขภาพเยาวชน ผลการศึกษาพบว่า หากเยาวชน

ได้รับความรู้เกี่ยวกับชุมชนและสื่อพื้นบ้าน และเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้ร่วมชื่นชม ภูมิใจ และเห็นคุณค่าในตัวเอง ต้องการรักษาสื่อพื้นบ้าน ไม่เงินอายุในวัฒนธรรมของตน

3.ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกของนักเรียนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านและทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน อธิบายได้ว่า นักเรียนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมภูมิปัญญากีฬาพื้นบ้านในระดับมาก ก็จะมีทัศนคติต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออกในระดับมากเช่นกัน ซึ่งเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อกีฬาพื้นบ้านภาคตะวันออก อาจมีสาเหตุมาจากคุณลักษณะของสื่อ (Channel) ที่ทำหน้าที่ส่งสาร ซึ่งจุดเด่นของสื่อกิจกรรมก็คือ ผู้รับสื่อมีส่วนร่วมด้วยตนเองทำให้ได้มีประสบการณ์ตรง จึงอาจเป็นสาเหตุให้ผู้รับสื่อมีทัศนคติที่ดีต่อสารที่อยู่ในสื่อกิจกรรมนั้น ซึ่งสอดคล้องกับ ประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2562). ที่กล่าวว่า ความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภทก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้เนื้อหาของสารของผู้รับสารนอกเหนือจากความสามารถในการรับสาร และการตีความเนื้อหาของตัวผู้รับสารเอง สอดคล้องกับ อิศเรศ คำแหง (2553). ที่พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการในช่วงเทศกาล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากผู้รับสารมีส่วนร่วมหรือได้สัมผัสด้วยตนเองอาจทำให้มีทัศนคติที่ดีกับสารนั้น ๆ ได้

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้้องค์ความรู้ใหม่สำหรับการพัฒนาทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านสามารถใช้สื่อกิจกรรมเป็นเครื่องมือได้

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) จากผลการวิจัยพบว่าสื่อกิจกรรมสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ จึงอาจนำสื่อกิจกรรมไปใช้ในการสื่อสารเนื้อหาอื่น ๆ ไปยังกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาได้
- 2) ในการพัฒนาทัศนคติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาสามารถใช้สื่อกิจกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ได้ผ่านสื่อกิจกรรม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกีฬาพื้นบ้านในระยะยาว ว่ามีความยั่งยืนหรือไม่ และควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่จะทำให้เด็กและเยาวชนมีทัศนคติที่ดีต่อกีฬาพื้นบ้าน
- 2) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ เช่นผลของการใช้กิจกรรมกีฬาพื้นบ้านที่มีต่อระดับสมรรถภาพทางกาย หรือผลของการใช้กิจกรรมกีฬาพื้นบ้านที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา. (2557). *การละเล่นพื้นบ้านไทย*. โรงพิมพ์เอส.ออฟเซ็ทกราฟฟิคดีไซน์.
- กุลิสสร จิตธัญญาวนิช. (2562). *การจัดการเรียนรู้*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสซิฟ จำกัด.
- ดวงพร คำณวนวัฒน์, เนตรหงษ์ ไกรเลิศกุลธิดา จันทรเจริญ, ดวงแข บัวประโคน, สุนิดา ศิวปฐมชัย และ สิริพร พิบูลภา นุวัธน์. (2553). สื่อพื้นบ้านเพื่อสุขภาวะเยาวชน. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 29(2), 89-110.
- ประภัสสร จันทรสถิตย์พร. (2562). ทศนคติและความพึงพอใจต่อสื่อสุนทรียะที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุ. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 11(ฉบับพิเศษ), 68-81.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2548). *การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนม คลีณา. (2556). ความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 31(2), 1-26.
- เมธาวี แก้วสนิท. (2559). ความต้องการรูปแบบและลักษณะเนื้อหาสื่อกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจประชาคมอาเซียน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(96), 82-93.
- วนิดา เณรานนท์, รุจา ภูไพบูลย์ และ ชื่นฤติ คงศักดิ์ตระกูล. (2561). ผลของชุดกิจกรรมสื่อเกมคอมพิวเตอร์ต่อทัศนคติ การรับรู้บรรทัดฐานและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสารก่อการณ์*, 25(1), 73-89.
- วงศกร สิงหรวงศ์. (2561). *กระบวนการสื่อสารและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ เข้าร่วมกลุ่มรณรงค์การใช้จักรยานของกลุ่มบัณฑิต*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สหรัญ ลักษณะสุด. (2563). ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิคเกมกลุ่มแข่งขันเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(3), 247-262.
- สันดุสิต บิรวงษ์ตระกูล, นิสากร ยินดีจันทร์, อังศุมาลิน สุขย์รัตนโชค, ฐิพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา, จเร เกื้อนพวงแก้ว, ปฎิภาณ กิตตินันท์วัฒน์, ทอมมี เจนเสน และ Mwangati Whenda-Bhose NG oli. (2563). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์ (สองภาษา) คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 3(2), 107-120.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- อมรา กล้าเจริญ. (2553). *เพลงและการละเล่นพื้นบ้าน*. โอเดียนสโตร์.
- อิศเรศ คำแหง. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, บรรณาธิการ. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF A GREEN UNIVERSITY AT RAMBHAH BARNI RAJABHAT UNIVERSITY

ฐิติรัตน์ อิทธิมิชัย¹ สยาม อรุณศรีมรกต² วยากร อุดมโกชน³ พรทิพา อาชีวะ⁴

และ ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์⁵

Thitirat Itthimechai, Sayam Aroonsrimorakot, Wayakorn Udompoch, Porntiwa Archeewa
and Preecha Piampongsan

Article History

Received: 19-05-2022; Revised: 05-11-2022; Accepted: 07-11-2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอตัวแบบการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันออกของจังหวัดจันทบุรี โดยจัดเป็นมหาวิทยาลัยในกลุ่มประเภท “ชานเมือง” ที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การวิจัยนี้มุ่งเสนอแนวคิดและยุทธศาสตร์เพื่อสร้างตัวแบบของการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการวิจัยแบบสหวิทยาการ โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร บทความและงานนิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง โดยจะศึกษาบนพื้นฐานของตัวชี้วัด 6 ด้านสำคัญคือ ด้านโครงสร้างพื้นที่ ด้านการจัดการพลังงาน ด้านการจัดการน้ำ ด้านการจัดการของเสีย ด้านการจัดการคมนาคมขนส่งและด้านการจัดการศึกษา ซึ่งเป็นไปตาม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Ph.D. (Candidate). Doctor of Philosophy Program in Interdisciplinarity of Sustainable Development, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: Thitirat.i@rbru.ac.th. *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Assoc. Prof., Ph.D., Faculty of Environmental and Resource Studies, Mahidol University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof., Ph.D., Faculty of Industrial Technology, Rambhai Barni Rajabhat University

⁴ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Dissertation Advisor, Faculty of Humanities and social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University

⁵ ดร.กรรมการที่ปรึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

Dr. rer. pol., Advisory Committee, Doctor of Philosophy Program in Interdisciplinarity of Sustainable Development

คู่มือของ UI Green Metric World University Rankings ประเทศอินโดนีเซีย ว่าเหมาะสมและตรงตามบริบทอันจะนำไปสู่การปรับตัวของมหาวิทยาลัย ราชภัฏให้เกิดความยั่งยืนหรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า

ตัวแบบที่จะพัฒนายุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืนนั้น หลักคิดที่สำคัญคือต้องมีการจัดการระบบการศึกษาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดที่เรียกว่า 4C Model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านวัฒนธรรมสีเขียว(Culture) , การจัดการพื้นที่เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน(Campus),การจัดการศึกษาที่ยั่งยืนภายในสถานศึกษา(Curriculum)และการสร้างภาคีเครือข่ายชุมชนสีเขียวอย่างยั่งยืน(Community)

คำสำคัญ: มหาวิทยาลัยสีเขียว; ยุทธศาสตร์การพัฒนา; การพัฒนาที่ยั่งยืน

ABSTRACT

This research aims to present a model for establishing sustainable green university development strategies at Rambhai Barni Rajabhat University, located in the eastern region of Chanthaburi Province. It is classified as a university in the category of “suburban,” which plays an essential role in being a university for local development. This research aims to propose ideas and strategies to create a model of a sustainable green university. Use interdisciplinary research methods with an emphasis on qualitative research .The student will use the study method from the document related articles and thesis , they will study based on six key indicators, namely geographical, energy management, water management, waste management, transportation management, and education management, according to the manual of UI Green Metric World University Rankings, Indonesia, whether it is appropriate and under the context that will lead to the adaptation of Rajabhat University to be sustainable or not.

The results of the research found that:

The model for developing the strategy of Rambhai Barni Rajabhat University toward becoming a sustainable green university. The research proposes a sustainable education system under the concept called the 4C Model, which consists of green cultural factors (Culture), sustainable management of the environment (Campus), sustainable education management within educational institutions (Curriculum), and the creation of a sustainable green community network (Community).

keywords: Green University; Development Strategies; Sustainable Development

1. บทนำ

สภาพภูมิอากาศที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสุดซึ้ง เป็นปัญหาทางด้านมลภาวะทางอากาศที่ทั่วโลกได้รับผลกระทบเป็นวงกว้าง และหลายประเทศหันมามาตรการที่จะปรับตัวหรือแก้ไขปัญหานี้มาอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากศูนย์วิจัยของสหรัฐอเมริกา The Mauna Loa Observatory (MLO) ในฮาวายตรวจพบว่า ความเข้มข้นของชั้นบรรยากาศของโลกมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) สูงสุดในประวัติศาสตร์มวลมนุษยชาติ โดยความเข้มข้นของคาร์บอนไดออกไซด์ถูกบันทึกสูงถึง 415.26 ppm ในปีพ.ศ.2562 ถือเป็นปัญหาวิกฤติที่รุนแรงต่อวิถีการดำรงชีพของมนุษย์ (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก,2564) การที่มนุษยชาติต้องประสบวิกฤติทางด้านธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างยิ่งต่อระบบนิเวศและส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคม สถาบันการศึกษาทั่วโลกจึงเล็งเห็นว่าประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขให้ได้ในวาระการประชุมระดับนานาชาติและทำให้เกิดแนวคิดด้านวิชาการทางการศึกษาอย่างยั่งยืน อาทิเช่น มหาวิทยาลัยสีเขียว, มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน,มหาวิทยาลัยเชิงนิเวศน์,มหาวิทยาลัยยั่งยืน เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นภาพสะท้อนที่แสดงให้เห็นถึงหลักคิดเบื้องหลังในการให้ความสำคัญต่อคำว่าสิทธิทางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งให้เกิดความตระหนักในเรื่องที่เกี่ยวกับวิถีความเป็นอยู่แบบพึ่งพาสิ่งแวดล้อมและสิทธิของมนุษย์ที่จะดำรงอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยฐานคิดของมนุษย์ในยุคปัจจุบันนักวิชาการหลายคนเห็นด้วยกับทฤษฎีที่เน้นหนักให้มนุษย์ต้องเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ หากมนุษย์เป็นศูนย์กลางของธรรมชาติไม่ ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1

ฐานคิดระหว่างอุดมการณ์ของมนุษย์กับอุดมการณ์เชิงนิเวศ



ที่มา: Michelle Maloney, National Convenor: Australian Earth Laws Alliance, 2019.

แนวคิดด้านชาคือ Eco centric หมายถึงแนวคิดอุดมการณ์เชิงนิเวศ ที่มุ่งเน้นกระบวนทัศน์ที่ให้ระบบนิเวศเป็นศูนย์กลาง หากมนุษย์เป็นศูนย์กลางไม่ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง จริยธรรมบนพื้นโลก (Land Ethic) ซึ่งหมายถึง เราไม่ควรถือว่ามนุษย์เป็นผู้พิชิตโลกหรือธรรมชาติ แต่ควรถือว่ามนุษย์เป็นสมาชิกส่วนหนึ่งในชุมชนโลกและต้องให้ความเคารพต่อสมาชิกอื่นๆบนพื้นโลก โดยอัลโด ลีโอโพลด์ (Aldo Leopold) นักปรัชญาธรรมชาติด้าน จริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม สัญชาติอเมริกัน ได้ให้ข้อคิดว่าความจริงของสิ่งต่างๆบนพื้นโลกต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (Leopold,Aldo,1949) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักกฎหมายต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดเป็นการให้สิทธิแก่ธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ต่างฝ่ายต่างต้องรักษาสสมดุลในชีวิตซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่ยั่งยืนจึงส่งผลกระทบมาให้เกิดการปรับตัวขององค์กรที่เป็นสถาบันการศึกษาทั่วโลก ที่จะค้นหาวិธีการหรือแนวทางลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างสุดซึ้ง

หลังจากที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีสัญญาในการแก้ไขวิกฤติภาวะโลกร้อน จากผลการประชุม COP 26 โดย พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและคณะผู้แทนประเทศไทย ได้แสดงเจตนารมณ์ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็น ศูนย์ (Net zero GHG emission) ให้ได้ภายในปี ค.ศ.2030 รวมถึงมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. 2065 (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก,2564) เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและสอดคล้องต่อแนวทางในระดับสากล จึงได้มีการพัฒนาการจัดทำแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593 ขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยมี กรอบแนวทางระยะยาวในการแก้ไขปัญหา โดยแผนแม่บทดังกล่าว ตั้งค่าเป้าหมายว่าในปี พ.ศ. 2593 ประเทศไทยจะมีภูมิคุ้มกัน ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีการเติบโตของเศรษฐกิจแบบปล่อยคาร์บอนต่ำ ซึ่งประกอบด้วย 1) ลดสัดส่วนการใช้ เชื้อเพลิงฟอสซิล และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งที่มีประสิทธิภาพสูงและปล่อย คาร์บอนต่ำ 3) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในอาคาร และอนุรักษ์พลังงานโดยการลดการใช้พลังงานภายในอาคาร4) สนับสนุนการผลิตและใช้พลังงานหมุนเวียนในภาคอุตสาหกรรม และ ส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) เน้นการจัดการของเสียอย่างครบวงจร โดยคำนึงถึงการจัดการตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ 6) ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำและก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วม (co-benefits) ด้านการเกษตร การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่ง แวดล้อมอื่น ๆ และการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร 7) อนุรักษ์ การเพิ่มพื้นที่ป่า และการเร่งฟื้นฟูพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมเพื่อเป็นแหล่ง กักเก็บคาร์บอน และ8)เพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อเป็นแหล่งดูดซับมลพิษและแหล่งกักเก็บคาร์บอน รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกจากกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ ในเมืองหลักของประเทศ ตามแนวทางการจัดการเมืองอย่างยั่งยืน (ประกาศยุทธศาสตร์ ชาติ พ.ศ.2561-2580, 2561) ทั้งนี้ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ข้างต้นจึงต้องมีจุดกำเนิดจากการเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดการ เรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษาหรือการเปลี่ยนวิถีคิดในการสร้างความตระหนักความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเสนอตัวแบบยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ให้เป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว

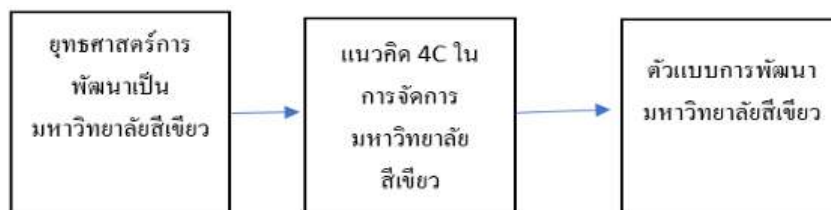
3. การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวคิด 4C ที่ใช้กับมหาวิทยาลัย Plymouth University ประเทศสหราชอาณาจักร โดยสรุป เป็นปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง การปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่องค์กรสีเขียวที่ยั่งยืน การ บริหารจัดการทรัพยากร การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว และจิตสำนึกของบุคลากร นิสิตนักศึกษา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดใน ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่ 2 ลักษณะทางพื้นที่ (Campus) หมายถึง การจัดการเรื่องกายภาพ อาคาร พื้นที่สีเขียว และการบริหารจัดการ ด้านการจัดการของเสีย ด้านขยะ ด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและพลังงาน ปัจจัยที่ 3 การ จัดการหลักสูตรการศึกษา (Curriculum) หมายถึง การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่มีประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและ การพัฒนาที่ยั่งยืนและ ปัจจัยที่ 4 การจัดการชุมชนเพื่อความยั่งยืน (Community) หมายถึง การเข้าถึงชุมชน สังคม ผ่านบริการ วิชาการวิจัย และการพัฒนาศักยภาพของประชาชน ให้ความรู้และตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม

4. กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2

กรอบแนวคิดเบื้องต้น



จากกรอบแนวคิดที่ทำการศึกษาคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียว การนำแนวคิด 4C มีเป้าหมายเพื่อไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืน ที่ประกอบด้วย การมีวัฒนธรรมองค์กรสีเขียวสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (Culture) การจัดการด้านโครงสร้างทางกายภาพ ลักษณะทางภูมิศาสตร์เพื่อรักษาสีเขียว (Campus) การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อความยั่งยืน (Curriculum) และสามารถถ่ายทอดการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ชุมชนทั้งภายในและการสร้างเครือข่ายภายนอก (Community) ให้มีการรับรู้และสร้างจุดเปลี่ยนของแนวคิดคนกับธรรมชาติที่ไม่อาจแยกจากกันต้องอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิทยานิพนธ์แบบสหวิทยาการ โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ โดยจะศึกษาด้านพื้นฐานของตัวชี้วัด 6 ด้านสำคัญคือ ด้านโครงสร้างพื้นที่ ด้านการจัดการพลังงาน ด้านการจัดการน้ำ ด้านการจัดการของเสีย ด้านการจัดการคมนาคมขนส่งและด้านการจัดการศึกษา ซึ่งเป็นไปตามคู่มือของ UI Green Metric World University Rankings ประเทศอินโดนีเซีย โดยทำการศึกษาจากเอกสารชั้นปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เช่น วารสารในประเทศ บทความต่างประเทศ หลักกฎหมาย วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ พร้อมทั้งใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-information) ซึ่งเป็นผู้บริหาร ผู้ให้บริการ ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อค้นพบ ความคิดที่รวบรวมต่อการเสนอตัวแบบยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืน (ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์, 2559.)

6. ผลการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กำหนดวิสัยทัศน์ให้เป็นภูมิปัญญาแห่งภูมิภาคตะวันออก (Wisdom of the Lead East to Internationalization) และยังเป็นสถานศึกษาที่มีประวัติศาสตร์ด้านวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่ชื่อ “วังสวนบ้านแก้ว” สถานที่นี้ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง จันทบุรี 6 กิโลเมตร มีลักษณะทางภูมิประเทศคือ พื้นที่แห่งนี้ ตั้งอยู่ระหว่างเขาเตี้ยๆ ชื่อ เขาโป่งลาน และติดกับทุ่งฟ้าผ่า อยู่ตรงปากทางเข้าเมืองจันทบุรี มีชื่อเรียกว่า “เขาไร่ยา” มีสภาพพื้นที่เป็นเนินเขาเตี้ยๆ และเป็นทีลาด มีลำคลองตัดผ่านกลางพื้นที่เรียกว่า คลองบ้านแก้ว ซึ่งพื้นที่เดิมเป็น ป่าทึบมีต้นไม้ใหญ่ มีทุ่งหญ้ากว้างรกร้าง มีที่ลุ่ม และป่าช้า (สัมมา รณธัญ , 2564) กล่าวได้ว่ายุคแรกๆ ของวังสวนบ้านแก้วหรือมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณินั้น มีลักษณะที่ร่มรื่นและมีพื้นที่สีเขียวอย่างมาก สอดคล้องต่อการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวที่มีพื้นที่สีเขียวมากอยู่ น่าเรียน เนื่องจากยังไม่มีสิ่งปลูกสร้าง กระทั่งมีการลดจำนวนของพื้นที่สีเขียวลดลงและกลายสภาพเป็นอาคารเรียน อาคารสำนักงานต่าง ๆ มีสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับการเติบโตของการขยายโอกาสทางการ

ศึกษาให้แก่ประชาชนคนในเมืองจันทบุรีแต่อย่างไรก็ดี ในขณะที่สิ่งปลูกสร้างต่างๆเพิ่มจำนวนขึ้นคงมีเพียง สนามกอล์ฟ ราไพพรรณี ที่ยังคงไว้ซึ่งพื้นที่ในการเล่นกีฬา (ที่เป็นกีฬาทรงโปรตปรานของพระองค์ท่าน) และเป็นแหล่งพื้นที่สีเขียว ที่เป็นแหล่งดูดซับน้ำสำคัญ ถือเป็นแลนด์มาร์คอีกแห่งที่มีความสำคัญของ มหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี

ภาพที่ 3

สนามกอล์ฟของมหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี



ที่มา: สำนักบริการวิชาการ ,2564

จากจุดแข็งหรือจุดเด่นของมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านพื้นที่ที่สวยงามและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผสมผสานกับลานกีฬาสีเขียว ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาตัวแบบที่จะนำมาสร้างยุทธศาสตร์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวที่ยั่งยืนนั้น พบว่ามีแนวคิดและเครื่องมือที่ต้องดำเนินการแบบบูรณาการร่วมกัน กล่าวคือ การดำเนินการตามเกณฑ์มาตรฐานมหาวิทยาลัยสีเขียวของมหาวิทยาลัยยอนโดในเกาหลี คือ การประเมินตามตัวชี้วัด ทั้ง 6 ประการ ของ UI Green Metric World University Ranking ประกอบกับแนวคิด 4C ของมหาวิทยาลัยพลีมัท (Plymouth University, United Kingdom Country)

ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาที่เกิดขึ้นจากตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี นั้น ผู้ศึกษาพบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในพ.ศ. 2559-2563 ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี เข้าร่วมการจัดอันดับของมหาวิทยาลัยสีเขียวโลก โดยกำหนดค่าคะแนนที่เข้าร่วมในแต่ละตัวชี้วัดที่ต้องมีค่าคะแนนมากกว่า 4,000 คะแนน ซึ่งจากรายงานการส่งประเมินผลมหาวิทยาลัยสีเขียวนั้น การดำเนินงานในรอบระยะ 4 ปี ย้อนหลัง ปรากฏข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 3

ตารางผลการประเมินการจัดอันดับโลกของ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

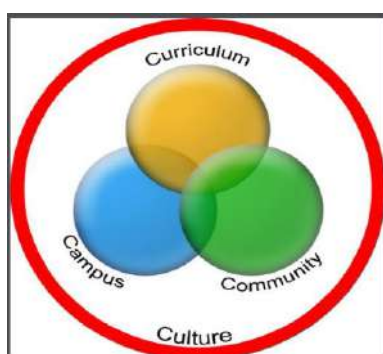
ปีพ.ศ.เข้าประเมิน	ผลคะแนนรวม	การจัดอันดับ(โลก)
2558	2866	353
2559	4219	280
2560	5472	122
2561	3800	544
2562	4300	520
2563	4300	647

ที่มา: รายงานการส่งประเมินมหาวิทยาลัยสีเขียว, 2564

จากตารางที่ 1 ทิศทางของการไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏสีเขียว ไม่เป็นไปตามแนวทางที่มหาวิทยาลัยได้เคยกำหนด กรอบยุทธศาสตร์ไว้ จำเป็นที่จะต้องมีการทบทวนประเมิน และกำหนดมาตรการที่จะทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมีโมเดลที่จะนำไปสู่การสร้างกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นในเรื่อง การอยู่ร่วมกับธรรมชาติให้มากขึ้น การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตจากมนุษย์เป็นศูนย์กลางของธรรมชาติ จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยการศึกษาจากโมเดล 4C เป็นการจัดการที่เชื่อมโยงไปสู่การจัดการศึกษาที่ยั่งยืน ซึ่งสหประชาชาติได้ให้ความหมายว่า การศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Education for Sustainable Development: ESD) หมายถึง การเรียนรู้เพื่อเสริมพลังผู้เรียนให้สามารถตัดสินใจอย่างมีข้อมูลและมีการกระทำที่มีความรับผิดชอบ ต่อความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และความเป็นธรรมทางสังคม เพื่อมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต พร้อมทั้งเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม(ศูนย์วิจัยและการพัฒนาที่ยั่งยืน,2564) อันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของ SDG4 และ SDG 13 ฉะนั้น บทบาทของการศึกษาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าการที่โลกมีความซับซ้อนมากขึ้น มหาวิทยาลัยในระดับสากลทั่วโลก จึงสนใจและตั้งเป้าหมายที่จะต้องเน้นการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยใช้การศึกษาที่มีวิธีการอย่างแนวทางสหวิทยาการ ซึ่งเริ่มจากแนวคิด 4C (ภาพที่ 4) และมีการขยายผลการศึกษาวิจัยไปสู่โมเดลจำลองแบบสหวิทยาการ (ภาพที่ 5)

ภาพที่ 4

ต้นแบบโมเดล 4C



ภาพที่ 5

โมเดลมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยใช้รูปแบบสหวิทยาการ

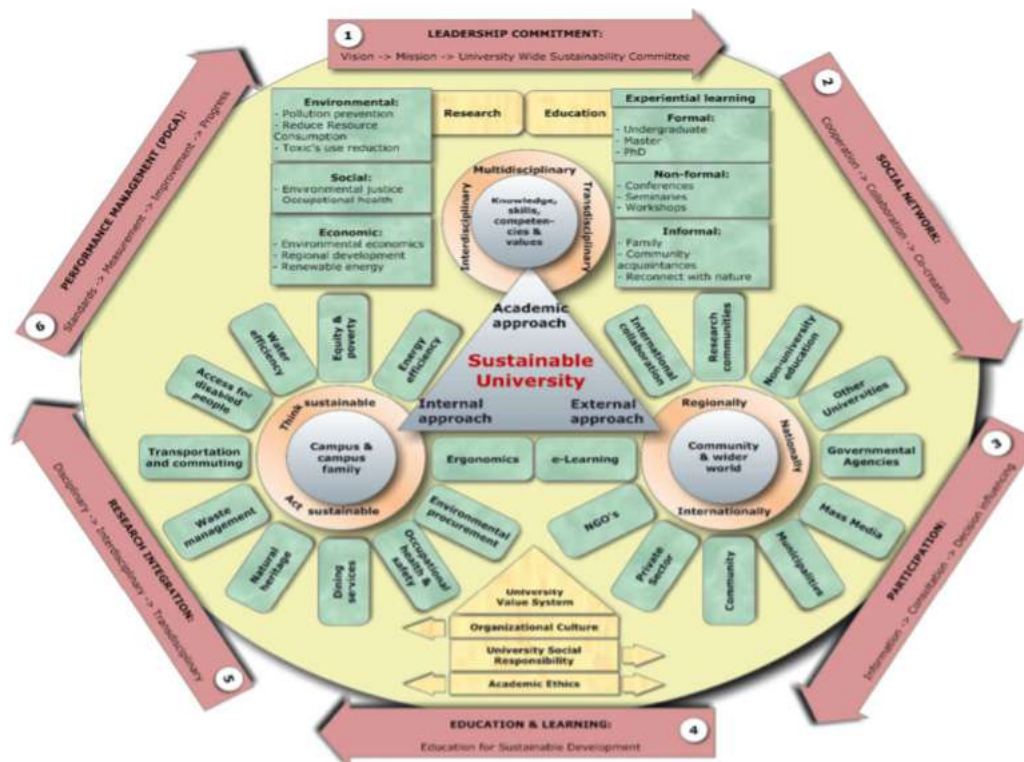


Figure 1. Model of the transformation towards the Sustainable University

(Management of Sustainable Development Sibiu, Romania, Volume 6, No.2, December 2014, p 18

(Valentin, GRECU1 and Nagore) https://www.researchgate.net/publication/276424502_The_Sustainable_University_-_A_Model_for_the_Sustainable_Organization

The_Sustainable_University_-_A_Model_for_the_Sustainable_Organization

จากโมเดลการจำลองมหาวิทยาลัยที่ยั่งยืน Rhoen, D., Mansilla, V., Chun, M. and Klein, J.T. (2006) ได้อธิบาย ‘สหวิทยาการ’ คือ “รูปแบบการออกแบบหลักสูตรและการสอนที่แต่ละคณะหรือแต่ละสาขาวิชากำหนดระบุ ให้มีการประเมินและบูรณาการข้อมูล มีเทคนิค มีการใช้เครื่องมือ มุมมองพร้อมทั้งแนวคิดและ/หรือทฤษฎีจากสองสาขาวิชาขึ้นไปหรือเนื้อหาความรู้เพื่อพัฒนาความสามารถของนักเรียนในการทำความเข้าใจปัญหา แก้ไขปัญหา ประเมิน วิเคราะห์และสร้างแนวทางแก้ไขใหม่ๆ ที่ขยายเกินไปจากขอบเขตของสาขาวิชาเดียวหรือขอบเขตการสอน” ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pamela Margaret Williams ,P.M.(2008) สรุปได้ว่า “การศึกษาเพื่อความยั่งยืนเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบองค์รวม โดยเชื่อมโยงการเรียนรู้ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม, สังคม, เศรษฐกิจและวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักเรียนได้รับความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับความซับซ้อนของการใช้ชีวิตภายในขอบเขตทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด” ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดระบบการศึกษาที่ยั่งยืน ดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6

ระบบการศึกษาที่ยั่งยืน



ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนโฉมของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยการนำแนวคิด 4C ที่มีการใช้ในมหาวิทยาลัยต่างประเทศและประสบความสำเร็จแล้ว มาสู่ระบบการจัดการบนพื้นฐานหลักแห่งความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ คือ ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญและต้องมีการทำให้เกิดขึ้นได้จริงอย่างน้อยต้องมีการดำเนินการตามตัวชี้วัด ทั้ง 6 ประการ ของมาตรฐานมหาวิทยาลัยสีเขียว UI Green Metric World University Rankings เป็นฐานคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการทบทวนข้อมูลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเห็นความสำคัญของการประเมินการจัดอันดับของมหาวิทยาลัยสีเขียวโลก (ปิยศักดิ์ ถิ่นอาสา, 2558)

7. อภิปรายผล

การให้ความสำคัญต่อคนเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศที่ทั้งคนและธรรมชาติต่างต้องอาศัยพึ่งพิงซึ่งกันและกัน มีความเกี่ยวข้องกัน แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้โดยมนุษย์ต้องยอมรับแนวคิด ด้านจริยธรรมบนพื้นโลก (Land Ethic) ซึ่งสอดคล้องต่อรายงานการประชุมของ คณะกรรมการนิเทศศาสตร์ระหว่างประเทศที่จัดโดยสมาคมผู้บริโภคแห่งป็นัง ได้กล่าวถึงสิทธิในสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ว่า “มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมธรรมชาติซึ่งได้แก่ ดิน น้ำ และ อากาศ ดังนั้นการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนจึงต้องขยายรวมไปถึงความเคารพต่อสิ่งแวดล้อม ที่มนุษย์อยู่อาศัยด้วย สิทธิมนุษยชนจึงครอบคลุมถึงสิทธิที่จะมีชีวิตอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่สะอาด” (International Commission of Juristics and Consumers Association of Penang, 1982) ซึ่งเป็นรากฐานแห่งสิทธิที่เป็นสิทธิมนุษยชน (ฐิติรัตน์ อิทธิมิชัย, 2562) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่สนับสนุนว่ามนุษย์ควรให้ความสำคัญต่อการเข้าใจสิทธิในสิ่งแวดล้อมเนื่องจาก มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ หากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธรรมชาติและ การเสียดุลยภาพของระบบนิเวศ ก็ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงาน ระดับสหประชาชาติเพื่อดูแลคุณภาพสิ่งแวดล้อม พร้อมสนับสนุนให้ภาคประชาสังคมหรือองค์กร พัฒนาเอกชนมีบทบาทในการรักษาสิ่งแวดล้อม (จักรพันธ์ โพธิพัฒน์ และ สุทธินันท์ โสทวีถิ, 2562)

การนำแนวคิด 4C มาเป็นฐานคิดเนื่องจากจุดแข็งของแนวคิดนี้เมื่อได้ศึกษาจากกรณีศึกษาของสถาบันการศึกษาอื่นแล้ว พบว่าสามารถนำมาปิดจุดอ่อนของการดำเนินการตามมาตรฐานของเกณฑ์ชี้วัด UI Green Metric World University Rankings โดยมีข้อเสนอแนะการค้นพบ ตามแนวคิด 4C ดังนี้

1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม (Campus) ที่มีของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยให้ความสำคัญต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของสถาบันการศึกษา เช่น การสร้างห้องเรียนอัจฉริยะ แบบ Smart Classroom

2) การยกระดับคุณภาพของการจัดระบบการศึกษาภายใต้ มิติความยั่งยืน 3 ประการ โดยการจัดรายวิชาการจัดหลักสูตรการศึกษาเพื่อความยั่งยืน(Curriculum) การสร้างกิจกรรมการส่งเสริมกระบวนการทัศนการศึกษาที่ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการปลูกฝัง และเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรอย่างมีคุณค่า

3) การให้บริการวิชาการความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนทั้งภายในมหาวิทยาลัย บุคลากร นักศึกษา และการส่งเสริมด้านการบริการวิชาการอย่างยั่งยืนแก่ชุมชนภายนอก การจัดการชุมชนเพื่อความยั่งยืน (Community) สร้างแนวความคิดการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ร่วมกัน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างมลพิษ

4) การสร้างวัฒนธรรมการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวอย่างยั่งยืน(Culture) อย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้เป็นรูปธรรม คือ การเปลี่ยนมุมมองทางความคิดที่นำเอาวิถีการคิดในการสร้างความตระหนักในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณค่า ภายใต้แนวคิดที่ให้นักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ธรรมชาติและมนุษย์ไม่อาจแยกออกจากกัน (ECO)

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ระบบการจัดการศึกษาที่มีวิธีคิดอย่างสหวิทยาการเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาคน พัฒนาประเทศ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยการพัฒนาขึ้นจากแนวคิด 4C ไปสู่ระบบการศึกษาที่ยั่งยืน ล้วนมีความสัมพันธ์และต้องอาศัยองค์ความรู้จากศาสตร์ต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อน โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความยั่งยืนใน 3 มิติได้แก่ มหาวิทยาลัยสีเขียวเพื่อความยั่งยืน,การศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและระบบการศึกษาที่ยั่งยืน

9. ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการศึกษาในครั้งนี้ การใช้แนวคิด4C เป็นแนวคิดที่สามารถนำไปสู่การพัฒนายุทธศาสตร์ในการพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวในการกำหนดเป็นนโยบายของสถานศึกษาได้ เพื่อเตรียมความพร้อมไปสู่มหาวิทยาลัยเชิงนิเวศน์ที่ยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยในกลุ่มของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้ง 40 แห่ง เพิ่มเติมเพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวทางในการจัดการบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสีเขียว ที่จะทำให้เกิดมาตรฐานของการยกระดับคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน

2) ควรมีการศึกษาวิจัยในมิติของการพัฒนาที่ยั่งยืนในแนวทางของโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน Bio-Circular-Green Economy (BCG) เพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานศึกษาให้เข้มแข็งและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา เกรียงสี. (2559). การศึกษากับการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารสมาคมนักวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 21(2), 13-18.
- จักรพันธ์ โพธิพัฒน์ และ สุทธินันท์ ไสตวิธิ. (2562). วิวาทะการตื่นตูมทางด้านสิ่งแวดล้อม. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 2(2), 77-89.
- ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์. (2559). *วิธีวิทยาการวิจัยทางสังคม*. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ฐิติรัตน์ อธิธิมิชัย. (2562). แนวทางการใช้กฎหมายเพื่อปกป้องภาวะโลกร้อนภายในคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 2(2), 106- 115.

- ปิยศักดิ์ ถีอาสนา. (2558). *ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสู่ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา
ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. (2564, 23 พฤษภาคม). *รายงานการส่งประเมินมหาวิทยาลัยสีเขียว*. [http://www.green.rbru.
ac.th/index.php?p=ranking&p2=rankingGreenUni](http://www.green.rbru.ac.th/index.php?p=ranking&p2=rankingGreenUni).
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561, 23 เมษายน). ประกาศยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580. [http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/
PDF/2561/A/082/T_0001.PDF](http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF)ประกาศเรื่องยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580.
- ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2564, 9 ตุลาคม). *หลักสูตรการศึกษาถึงเวลา
ต้องเปลี่ยน – เมื่อการต่อสู้กับ Climate Change เริ่มต้นที่ห้องเรียน*. [https://www.sdgmovement.com/2021/07/06/
climate-change-and-education/](https://www.sdgmovement.com/2021/07/06/climate-change-and-education/) SDG Updates
- สัมมา รณธิ์. (2564). *พระมหากษัตริย์คุณพระศรีสุธรรมโศก ๑๖ ล้านบ้านแก้ว จันทบุรี*. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง
จำกัด (มหาชน).
- สำนักบริการวิชาการ. (2564, 22 มกราคม). *ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพวิทยาศาสตร์การกีฬา* (งานสนามกอล์ฟ [http://www.
uniserv.rbru.ac.th/indexuniserv.php?pg=golf](http://www.uniserv.rbru.ac.th/indexuniserv.php?pg=golf).
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2564, 10 มกราคม). *โลกกำลังเผชิญก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปกคลุมสูงสุด*. [http://www.
tgo.or.th/2020/index.php/th/post/94-962](http://www.tgo.or.th/2020/index.php/th/post/94-962).
- Leopold, A. (1949). *Sand County Almanac : With Essays on Conservation*. Ballantine Books.
- Rhoen, D., Mansilla, V., Chun, M. and Klein, J.T. (2006). *Interdisciplinary Education at Liberal Arts Institutions*, Teagle
Foundation White Paper, New York NY.
- Valentin, GRECU1 and Nagore. (2014). *Management of Sustainable Development Sibiu, Romania*, 6(2),18-25.
<https://www.researchgate.net/publication/276424502>.
- Velazquez, L, Munguia, N., Platt, A., Taddei, J. (2006) Sustainable university: what can be the matter?, *Journal
of Cleaner Production Volume 14*, Issues 9-11, 2006, Pages 810-819 Sustainability In Higher Education:
What is Happening?.
- Williams, P.M. (2008) *University Leadership for Sustainability – A Dendritic Framework for Enabling Connection and
Collaboration*, PhD Thesis at Victoria University of Wellington, retrieved 20.07.2010 from [http://www.
futuresteps.co.nz/PhD_University_Leadership_for_Sustainability.pdf](http://www.futuresteps.co.nz/PhD_University_Leadership_for_Sustainability.pdf).

สื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวันอันควร
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้
INFOGRAPHIC MEDIA TO PROMOTE THE CAMPAIGN OF UNWANTED
PREGNANCIES IN TEENAGERS FOR THE THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

ชฎาภรณ์ สวนแสน¹ และ ณัฐพงษ์ หมั่นหลี่²
chadaporn Suansaen and Nattapong Manlee

Article History

Received: 07-03-2022; Revised: 23-06-2022; Accepted: 15-07-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวันอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ 2. เพื่อผลิตสื่อนวัตกรรมโมชันกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ 3. เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจของสื่อนวัตกรรมโมชันกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่รับชมสื่อนวัตกรรมโมชันกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนอันควรก่อนแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้มีค่าเฉลี่ยรวม 3.8 อยู่ในระดับมาก เช่น ด้านพฤติกรรมเรียนแบบบ ด้านปัจจัยเสริม พบว่า มีความสัมพันธ์กับครอบครัวไม่ด้นักคิดว่าคนในครอบครัวไม่รัก ไม่ให้ความสนใจ ขาดความเอาใจใส่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.44 ด้านปัจจัยเอื้อ พบว่า การดื่มของมึนเมา สูบบุหรี่ ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศสัมพันธ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.23 ด้านความรู้เรื่องเพศศึกษา พบว่า นักเรียน

¹ อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Lecture, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

Email: Chadaporn.s@yru.ac.th *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะครุศาสตร์ อดุสสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Asst. Prof., Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of technology Srivijaya

มัธยมศึกษาที่มีการรับรู้เกี่ยวกับตนเองในการตัดสินใจเลือกปฏิบัติที่ถูกต้องต่อการป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ทำให้พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศสัมพันธ์จะลดลงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.84 ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออนิเมชันอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความพึงพอใจในการชมสื่ออนิเมชันอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เฉลี่ยรวม 3.50 อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิก; ท้องไม่พร้อม; จังหวัดชายแดนใต้

ABSTRACT

The research on innovative infographics to promote premature pregnancy campaigns of secondary school students in the three southern border provinces aims to 1. To study the factors affecting the risk behavior of premature sexual intercourse of secondary school students in the three southern border provinces. 2. To produce innovative motion graphics media to create awareness of the problem of premature pregnancy among secondary school students in the three southern border provinces 3. To study the benefits and satisfaction of innovative motion graphics media to create awareness of the problem of premature pregnancy among secondary school students in the three southern border provinces as quantitative research using questionnaires. Using the multistage random sampling method, the statistics analyzed the data including percentages and averages.

The results of the research found that:

The factors affecting the risk behavior of premature sexual intercourse of secondary school students in the three southern border provinces had a total average of 3.8 percent. It was found that drinking alcohol and smoking 4.23 of secondary school students were more aware of themselves in making the right decisions to prevent unwanted pregnancies, resulting in the greatest decrease in sexually risky behaviors. 3.84% of the benefits were provided by innovative infographics to promote the campaign for premature pregnancy among secondary school students in the three southern border provinces. The overall average of 3.07 was moderate, with an average of 3.50 in satisfaction with viewing innovative infographics to promote the premature pregnancy campaign of secondary school students in the three southernmost provinces.

Keywords: Infographic; unwanted pregnancies; Three Southern Border Provinces

1. บทนำ

กรมอนามัยพบว่าสถานการณ์ด้านประชากรของไทยนั้นมีปัญหาหลักๆ อยู่ 2 ส่วน คือการเกิดน้อยและปัญหาการเกิดที่ด้อยคุณภาพ โดยในปี 2562 ที่ผ่านมามีปัญหาการเกิดที่ด้อยคุณภาพ พบว่าวัยรุ่นอายุ 15-19 ปี คลอดบุตรเฉลี่ยวันละ 169 คน ส่วนวัยรุ่นอายุต่ำกว่า 15 ปี คลอดบุตรเฉลี่ยวันละ 6 คน และยังพบว่าผู้หญิงที่อายุต่ำกว่า 20 ปีที่มีการตั้งครรภ์ซ้ำและให้กำเนิดบุตรอีกถึง 5,222 ราย (สำนักอนามัยเจริญพันธุ์, 2563)

การเกิดที่ด้อยคุณภาพจึงเป็นปัจจัยที่ต้องเร่งแก้ไขดังนี้ 1.การเรียนรู้ด้านเพศวิถีศึกษา ทักษะชีวิตและระบบการดูแลช่วยเหลือที่เหมาะสม 2.การส่งเสริมบทบาทครอบครัว ชุมชน สถานประกอบการกิจการ ในการเลี้ยงดู และการสื่อสารด้านสุขภาพทางเพศของวัยรุ่น 3.ระบบบริการสุขภาพทางเพศและอนามัยการเจริญพันธุ์ 4.ระบบการดูแลช่วยเหลือ คัดกรองสิทธิอนามัยการเจริญพันธุ์และการจัดสวัสดิการสังคม (กิตติพงศ์ แซ่เจ็ง, 2559) การมีเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงโดยเฉพาะปัญหาการตั้งครรภ์ ซึ่งเป็นปัญหาชีวิตที่รุนแรง วัยรุ่นที่ตั้งครรภ์จึงได้รับแรงกดดันจากสังคม แรงบีบบังคับให้วัยรุ่นที่ประสบปัญหาต้องหาทางออกโดยการทำแท้ง ซึ่งเป็นอันตรายต่อชีวิต หรือการทอดทิ้งหรือฆ่าบุตรเมื่อคลอด (ศรุตยา และคณะ, 2565) และจำนวนมากที่ต้องลาออกจากการเรียน สอดคล้องกับข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) นักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในโรงเรียนสังกัด สพฐ. ถึงร้อยละ 14 ออกจากโรงเรียนกลางคัน (ทรงยศ ลาสนันต์, 2557)

ดังนั้นการทำสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์เรื่องท้องไม่พร้อมจึงมีความสำคัญ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยเฉพาะสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกที่ได้รับความนิยมในวัยรุ่น เป็นสื่อทางเลือกหนึ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ดี การนำตัวหนังสือ ผ่านอินโฟกราฟิก สร้างจินตนาการช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น เพราะอินโฟกราฟิกเป็นการนำข้อมูลที่มีความซับซ้อนมาจัดกระทำให้ผู้รับมีกรรับรู้ และเข้าใจได้ดีกว่าสื่อภาพหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ และการทำความเข้าใจข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (Infographic Thailand, 2559) สอดคล้องกับแนวคิด อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) ได้กล่าวถึงการเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสื่อสาร การทำสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและรณรงค์ในเรื่องท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรจึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพื่อนำมาเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและรณรงค์เป็นแนวทางในการให้ความรู้ ความเข้าใจ การป้องกันเกี่ยวกับเรื่องเพศ การตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรของวัยรุ่นตลอดจนลดปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดติดตามมาในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้
- 2.เพื่อผลิตสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้
- 3.เพื่อทราบถึงประโยชน์และความพึงพอใจของสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้

3. การทบทวนวรรณกรรม

ธวัชชัย สหพงษ์ และศิริลักษณ์ จันทพาสะ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า โมชันกราฟิก (Motion Graphic) คือการสร้างให้กราฟิกมีการเคลื่อนไหวได้หลากหลายมิติ ซึ่งโมชันกราฟิกนั้นจะแตกต่างกับแอนิเมชันตรงที่ไม่มีตัวละครเป็นตัวดำเนินเรื่องหรือมีบทพูดและการตัดฉากสลับแบบภาพยนตร์แต่โมชันกราฟิกจะใช้แค่การเพิ่มหรือสร้างภาพเคลื่อนไหวให้ภาพกราฟิก และใช้การพากย์เสียงบรรยายประกอบ

องค์ประกอบของโมชันกราฟิก

องค์ประกอบด้านภาพของงานโมชันกราฟิกอาจเป็นภาพในรูปแบบ 2 มิติ เช่น รูปทรงเรขาคณิต หรือข้อความ หรือภาพ 3 มิติคือภาพที่แสดงถึงมิติด้านความลึกที่สร้างโดยโปรแกรมสำเร็จรูป จากองค์ประกอบด้านบทและภาพ ดังนี้ (ธวัชชัย สหพงษ์ และ ศิริลักษณ์ จันทพาหะ, 2561) 1. การเคลื่อนไหว 2. เสียง 3. สี 4. แสง 5. พื้นที่ว่าง

กระบวนการและขั้นตอนการผลิตอินโฟกราฟิก

ศิริศักดิ์ ธีระสินางค์กุล (2554) อธิบายขั้นตอนการสร้าง 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1.ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) 2. ขั้นตอนการผลิตงาน (Production) 3. ขั้นตอนการตรวจเก็บงาน (Post-Production)

ด้านการตั้งครรภ์ของวัยรุ่น

แสงสุลี ธรรมไกรสร (2559) จากปัญหาท้องก่อนวัยอันควรที่เกิดขึ้นจำนวนมากในสังคมไทย ด้วยปัจจัยหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นค่านิยมเรื่องเพศของวัยรุ่น การขาดความรู้ในการป้องกัน สื่อยั่วแหย่และอื่น ๆ ซึ่งปัญหาสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาท้องก่อนวัยอันควรมีอยู่หลากหลายด้วยกัน ได้แก่ 1. ทศนคติหรือค่านิยมในวัยรุ่นเรื่องเพศเด็กวัยรุ่นบางคนมองเป็นเรื่องธรรมดา 2. เรื่องของสารเสพติด เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ที่ทำให้ขาดสติและนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์ 3. การขาดความรู้ในการป้องกันตัวเองไม่ให้อยู่ในครรภ์ก่อนวัยอันควร 4. รวมถึงครอบครัวที่ไม่มีเวลาให้ลูก ทำให้ลูกต้องไปหาความรักจากภายนอกMohammadi (2017) กล่าวว่า สาเหตุของการท้องก่อนวัยอันควรมีสาเหตุ ดังนี้ 1. พฤติกรรมของเด็ก เช่น การขาดความรู้เรื่องการคุมกำเนิด ความอยากรู้อยากลอง การขาดความมีคุณค่าในตน 2. สถานะภาพครอบครัว เช่น สภาพครอบครัวแตกแยก ประชดประชันครอบครัว หรือปัญหาทางการเงิน 3. การอบรมเลี้ยงดูที่ไม่เหมาะสม หรือการถูกล่วงละเมิดจากบุคคลในครอบครัว 4. สภาพแวดล้อม เช่น อยู่หอพักคนเดียว ที่อยู่อาศัยมีความเสี่ยงของสภาพแวดล้อม 5. เพื่อนที่มีค่านิยมผิดๆ และชักชวนในทางที่ไม่ควร เลียนแบบผิด ๆ 5. เทคโนโลยี ทำให้การติดต่อสื่อสารกันระหว่างเพื่อนต่างเพศเป็นเรื่องที่ง่าย สื่อโซเชียลที่ไม่เหมาะสม 6. การอยู่กันสองต่อสองในที่ลับตาคน 7. คลั่งวัตถุนิยมจนเอาตัวเข้าแลก ยอมนอนกับผู้ชายเพื่อจะได้เงิน และได้สิ่งของตามที่ต้องการ 7.ไม่รู้จักการป้องกันที่ถูกต้อง เช่น การเลือกซื้อถุงยางอนามัย การซื้อยาคุมกำเนิด

ด้านการสร้างการรับรู้

ณัฐวุฒิ สง่าม (2554) ให้ความหมายว่า การรับรู้หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัสเพื่อที่จะสร้างภาพให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน ส่วนจิตตรา ตริสาคร (2555) กล่าวว่า การรับรู้ ก็คือการที่ได้มีสิ่งเร้า และสถานการณ์ เข้ามากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ตัวกระตุ้นเหล่านี้จะถูกรับรู้ และ ถูกแปลความหมายกลายเป็นผลลัพธ์ก่อให้เกิดการรับรู้ขึ้นมา ซึ่งการรับรู้จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลังในอดีตแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน

ด้านกระบวนการสร้างการรับรู้

มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์ (2553) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วย

1. อาการสัมผัสหมายถึงอาการที่อวัยวะรับสัมผัสสิ่งเร้าหรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามากระทบ กับอวัยวะรับสัมผัสต่าง ๆ
2. การแปลความหมายจากอาการส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความดีหรือ ถูกต้องเพียงใดนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบคือ (1) สถิติปัญหาหรือความเฉลี่ยมวลลาด (2) การสังเกต หรือพิจารณา (3) ความสนใจหรือความตั้งใจ
- (4) คุณภาพของจิตใจขณะนั้น
3. ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมมีความสำคัญมากสำหรับช่วยในการตีความหรือแปลความหมาย คือ (1) เป็นความรู้ที่แน่นอนถูกต้องชัดเจน (2) ต้องมีปริมาณมากกล่าวคือรู้หลายอย่างจึงจะช่วยแปลความหมายต่าง ๆ ได้สะดวกและถูกต้อง

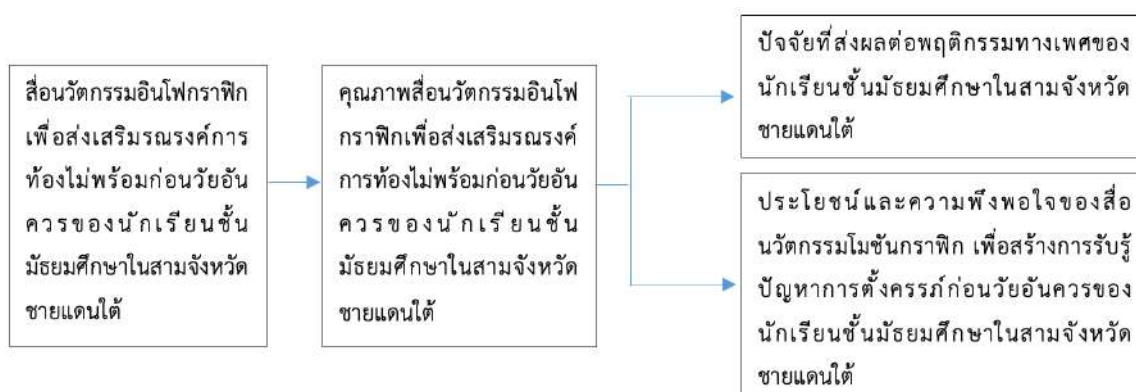
ด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2544) ได้กล่าวว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้แบ่งออกได้ดังนี้ 1. คุณสมบัติในจิตใจของผู้รับรู้แบ่งเป็น 4 ด้านคือ ความสนใจ ความคาดหวัง ความต้องการ การเห็นคุณค่าของตนเอง 2. คุณสมบัติของสิ่งเร้าภายนอกที่มีต่อความสนใจ คุณสมบัติภายนอกที่ทำให้คนเรา

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดของวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 29,639 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 15 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน : 2564) และกลุ่มตัวอย่าง นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ที่จำนวน 400 คน จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

2. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของและประโยชน์และความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้โดยผลิตสื่อวัฒนธรรมโมชันกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย

1. สื่อวัฒนธรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท่องเที่ยวพร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้

2. แบบประเมินคุณภาพเรื่อง สื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้

3. แบบสอบถามสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้

การทดสอบเครื่องมือ ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ก่อนการนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) โดยการไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง IOC มีค่าเท่ากับ 0.79

2. การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แบบ ครอนบาค (Cronbach Alpha-Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไปจึงยอมรับว่ามีความเชื่อถือได้ การหาความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์สัมพัทธ์แอลฟา (Alpha-Coefficient / α ในชุดคำถาม (1). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น เท่ากับ 0.91 (2). ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เท่ากับ 0.89 (3). ความพึงพอใจในการชมสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เท่ากับ 0.94 ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบ (Stratified Sampling) สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทั้งหมด 9 โรงเรียน รวม 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยมีขอบเขตด้านระยะเวลาในเดือนกรกฎาคม 2564

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) และใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านต่างๆ

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.8 อยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยนำ พฤติกรรมเลียนแบบจากสื่อ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 4.39 รองลงมา อารมณ์ อยากรู้ อยากลอง คิดเป็นร้อยละ 4.12 รูปร่างหน้าตาหล่อ สวย คิดเป็นร้อยละ 3.86 และ สภาพแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 1

ผลการวิจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควร
ของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ประโยชน์เกี่ยวกับเรื่องเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่น	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ประโยชน์
ปัญหาการตั้งครรภ์มีผลกระทบต่อเด็กและครอบครัว	3.09	ปานกลาง
หากมีการตั้งครรภ์อย่างไม่พึงประสงค์สามารถติดต่อศูนย์ช่วยเหลือสังคม เพื่อขอคำแนะนำได้ที่ สายด่วน 1300 และ 1163	3.41	มาก
วัยรุ่นในปัจจุบันขาดความตระหนักในการป้องกันขณะมีเพศสัมพันธ์	3.16	ปานกลาง
การสวมถุงยางอนามัยขณะมีเพศสัมพันธ์สามารถช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้	3.20	ปานกลาง
การสวมถุงยางอนามัยช่วยลดปัญหาการเกิดโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์	3.08	ปานกลาง
ยาคุมฉุกเฉินสามารถช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้หากทานหลังจากมีเพศสัมพันธ์หรือไม่ควรเกิน 72 ชั่วโมง	3.95	มาก
ยาคุมรายเดือนเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีเพศสัมพันธ์บ่อยครั้ง	3.64	มาก
หากทานยาคุมฉุกเฉินบ่อยเกินไปเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง	3.73	มาก
ครอบครัวเกิดความขัดแย้งกันหรือเกิดการแตกแยกทำให้ลูกขาดตระหนักในเรื่องเพศและ การคบเพื่อนต่างเพศ	4.78	มากที่สุด
การดูสื่อลามกมีความเสี่ยงที่เด็กจะจดจำและนำไปปฏิบัติตาม	3.58	มาก
การมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียนเป็นการพิสูจน์ความรักที่แท้จริงเป็นพฤติกรรมเสี่ยงต่อการ ตั้งครรภ์ไม่พร้อม	3.02	ปานกลาง
รวม	3.07	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของ
นักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ครอบครัวเกิดความขัดแย้งกันหรือเกิดการแตกแยกทำให้ลูกขาดความ
ตระหนักใน เรื่องเพศและการคบเพื่อนต่างเพศ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 4.78 ยาคุมฉุกเฉินสามารถช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้หากทาน
หลังจากมีเพศสัมพันธ์หรือไม่ควรเกิน 72 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.95 ยาคุมรายเดือนเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีเพศสัมพันธ์บ่อยครั้ง คิดเป็น
ร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจในการชมสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของ
นักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าด้านเทคนิค คือ ด้านการนำเสนอ ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ
4.17 ด้านเทคนิค ด้านการลำดับภาพ คือ ความสั้นไหลของภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.06 ด้านการใช้เสียงบรรยายและเสียงประกอบ คือ
เสียงประกอบมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 3.40 ด้านเนื้อหาความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 3.32 ตามลำดับ

7. อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ ด้าน
พฤติกรรมเลียนแบบจากสื่อ มากที่สุด อารมณ์ อยากรู้ อยากลอง รูปร่างหน้าตาหล่อ สวย และ สภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นไปตามที่ แสง

ศุติ ธรรมไกรสร (2559) ที่กล่าวว่าปัญหาท้องก่อนวัยอันควรที่เกิดขึ้นจำนวนมากในสังคมไทย เกิดขึ้นด้วยปัจจัยหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นค่านิยมเรื่องเพศของวัยรุ่น การขาดความรู้ในการป้องกัน สื่อลามกที่ทำให้เกิดอารมณ์ละพฤติกรรมเลียนแบบ ส่งผลกระทบในทางลบของเยาวชนโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ (วิไลลักษณ์ สุจิตตานนท์, 2560) และพบอีกว่า การที่ความสัมพันธ์กับครอบครัวไม่ดีนัก คิดว่าคนในครอบครัวไม่รัก ไม่ให้ความสนใจ มีปัญหาครอบครัวแตกแยก เป็นปัจจัยเสริมสูงสุด ซึ่งใกล้เคียงกับ Mohammadi, Najwa Al (2017) การท้องก่อนวัยอันควรมีสาเหตุ คือ สภาพครอบครัวแตกแยก ส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ประชดประชันครอบครัว ด้านความรู้เรื่องเพศศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษามีการรับรู้เกี่ยวกับตนเองในการตัดสินใจเลือกปฏิบัติที่ถูกต้องต่อการป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ทำให้พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศสัมพันธ์จะลดลงมากที่สุด ซึ่งตรงข้ามกับงานวิจัยของณัฐพัชร คัมบัว และคณะ (2563) การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันจิตพัฒนศิลป์ ซึ่งกล่าวว่า การเปิดรับสื่อเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันจิตพัฒนศิลป์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันจิตพัฒนศิลป์ แต่สอดคล้องกับงานวิจัย วิพรรษา คำรินทร์ (2558) การรับรู้การเห็นคุณค่าในตนเอง ครอบครัว ความเชื่อความศรัทธา ต่อคู่นอนมีความสัมพันธ์กับการมีเพศสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ หากวัยรุ่นเห็นคุณค่าในตนก็จะรักตนเองและไม่ทำให้ตนเสื่อมเสียแต่หากวัยรุ่นไม่เห็นคุณค่าในตน ก็จะแสดงพฤติกรรมตามใจตนเองโดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศเมื่อถูกกระตุ้นหรือถูกหว่านล้อม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การเห็นคุณค่าตนเองมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ (สมบุญ ศิลป์รุ่งธรรม, 2559) อีกทั้งยังพบว่าสังคมไม่ควรปิดกั้นเรื่องการมีเพศสัมพันธ์แต่ควรส่งเสริมให้วัยรุ่นตระหนักและรู้จักการป้องกันที่ถูกวิธี การให้ความรู้เรื่องอนามัยครอบครัวควรเริ่มตั้งแต่ก่อนระดับชั้นมัธยมศึกษาและควรส่งเสริมให้พ่อแม่ ครูอาจารย์เป็นตัวอย่างที่ดีและคอยให้คำแนะนำปรึกษาในการปฏิบัติตนที่เหมาะสมเพื่อป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ วิพรรษา คำรินทร์ (2558)

ผลิตสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้เป็นไปตามกระบวนการของ ศิริศักดิ์ ธีระสินางค์กุล (2554) อธิบายขั้นตอนการสร้าง 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1. ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์การท้องไม่พร้อมในเด็กระดับมัธยมศึกษาเพื่อนำมาจัดทำเป็นเนื้อเรื่องที่สอดคล้องกับปัญหาและบริบทที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 2. ขั้นตอนการผลิตงาน (Production) ดำเนินการผลิตเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร เทคนิคการสร้างตัวละคร เสียง สี รูปแบบการเคลื่อนไหว ระยะเวลาที่เหมาะสม และ 3. ขั้นตอนการตรวจเก็บงาน (Post-Production) ตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้อง สื่อดังกล่าวทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้เกี่ยวกับการป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ทำให้พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศสัมพันธ์จะลดลง ตามที่ณัฐวุฒิ สง่างาม (2554) กล่าวว่า การรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัสเพื่อที่จะสร้างภาพให้เป็นภาพที่มีความหมาย ส่วนจิตจรลดา ตรีสาคร (2555) กล่าวว่า “การรับรู้ ก็คือการที่สิ่งใดเข้ามากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ซึ่งการรับรู้จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ประกอบด้วย 1. อาการสัมผัส 2. การแปลความหมายนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบ คือ (1) สติปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด (2) การสังเกต หรือพิจารณา (3) ความสนใจหรือความตั้งใจ (4) คุณภาพของจิตใจขณะนั้น มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์ (2553)

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพการรับรู้ความสามารถตนเองเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร พบว่า กลุ่มทดลองที่ทำการทดลองมีความรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ความสามารถตนเอง และความคาดหวังในผลลัพธ์จากการป้องกันการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร และความตั้งใจการปฏิบัติเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ สูงกว่าก่อนการทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบนั่นเอง (นัตยา และ พรรณี, 2562)

ผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อนวัตกรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ครอบครัวเกิดความขัดแย้งกันหรือเกิดการแตกแยกทำให้ลูกขาดความตระหนักใน เรื่องเพศและการคบเพื่อนต่างเพศ สูงสุดยาคุมฉุกเฉินสามารถช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้หากทานหลังจากมีเพศสัมพันธ์หรือไม่ควรเกิน 72 ชั่วโมง ยาคุมรายเดือนเหมาะสำหรับผู้ที่มิเพศสัมพันธ์บ่อยครั้ง ตามลำดับ มีความสอดคล้องกับสัมพันธ์ภาพใน

ครอบครัวที่มีสมาชิกแสดงออกถึงความรัก สามารถเปิดเผยพูดคุยกับครอบครัวรับทราบเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว อิทธิพลต่อการมีเพศสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (จิราพร ชมพิกุลและคณะ, 2552) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกต เกี่ยวกับด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อเนื่องจากบริบทในสังคมสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและความเคร่งครัดในศาสนา เรื่องเพศศึกษา จึงยังเป็นเรื่องที่ยังมีกรอบ หรือข้อจำกัดที่มีความละเอียดอ่อนในการสร้างการรับรู้ในบริบทพื้นที่อย่างเปิดเผย

ด้านความพึงพอใจในการชมสื่อวัฒนธรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน รองลงมา ระยะเวลาของการนำเสนอมีความเหมาะสม และเทคนิคการนำเสนอมีความน่าสนใจ ปัจจัยทั้ง 3 ที่มีผลความพึงพอใจสูงสุดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สื่อมีความน่าสนใจ เหมาะกับกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งถือว่าการสร้างสรรค์สื่อมีคุณค่าและมีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสาร (ชนัญสรุและคณะ, 2563) และแนวคิดของ Matt Canham and Mary Hegarty (2013) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความรู้ ความเข้าใจ จากการออกแบบบนกราฟิกที่ซับซ้อน สามารถสร้างแรงจูงใจเรียบเรียงเรื่องราวผ่านโมชันกราฟิก และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จากงานวิจัยพบว่า ครอบครัวเกิดความขัดแย้งกันหรือเกิดการแตกแยกทำให้ลูกขาดความตระหนักในเรื่องเพศและการคบเพื่อนต่างเพศ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 4.78 เมื่อวิเคราะห์บริบทด้านพื้นที่ การถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องเพศเป็นเรื่องที่ไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควรเนื่องจากการคบเพศตรงข้ามหรือเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ (ก่อนการแต่งงาน) เป็นเรื่องที่ขัดต่อหลักการทางศาสนาทำให้นักเรียนไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลหรือปรึกษาผู้ปกครองหรือผู้ที่มีความรู้ได้

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อวัฒนธรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แม้ว่านักเรียนจะมีองค์ความรู้ เรื่องเพศและการคบเพื่อนต่างเพศ ยาคุมฉุกเฉินสามารถช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้หากทานหลังจากมีเพศสัมพันธ์หรือไม่ควรเกิน 72 ชั่วโมง การนำองค์ความรู้ที่มีบางออกไปใช้จึงเป็นเรื่องที่ขัดกับหลักการศาสนาดังการศึกษาปัจจัยการท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ควรเพิ่มประเด็นด้านสังคมบริบททางด้านศาสนาเข้ามาเป็นกรอบของการวิจัย

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) สื่อวัฒนธรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกในประเด็นอื่น ๆ

2) สื่อวัฒนธรรมอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมรณรงค์การท้องไม่พร้อมก่อนวัยอันควรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถนำไปใช้เสริมสร้างความรู้ให้กับโรงเรียนในจังหวัดอื่นๆ ได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำสื่อรณรงค์สร้างกระแสกับเยาวชนหญิงและชายและกลุ่มประชาชนทุกระดับให้ตระหนักในเรื่องสิทธิทางเพศ ให้เข้าถึงสิทธิมนุษยชน สิทธิอนามัยเจริญพันธุ์

2) ควรศึกษาพัฒนาทักษะในด้านการเข้าถึงสื่อสังคมการสอนให้รู้เท่าทันเรื่องเพศ ทักษะในการหาข้อมูลในด้านข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องเพศ

3) ควรจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอน การรู้เท่าทันเรื่องเพศในวัยรุ่นโดยให้สอดคล้องเนื้อหาวิชาและกิจกรรมลงในหลักสูตรหรือรายวิชาต่างๆ เกี่ยวกับการดำรงชีวิตให้เป็นพื้นฐาน การสร้างความเข้าใจและแนะแนวทางเลือก และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ได้อย่างถูกต้อง

4) ควรจัดสื่อประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำกับติดตามดูแล มีการวางแผนรณรงค์การให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องเพศและการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย สำนักงานอนามัยการเจริญพันธุ์. (2563, 3 ธันวาคม). รายงานประจำปี 2563 สำนักงานอนามัยการเจริญพันธุ์. <https://rh.anamai.moph.go.th>.
- กิตติพงศ์ แซ่เจ็ง. (2559 10 มกราคม). สรุปการประชุมเครือข่ายสนับสนุนทางเลือกของผู้หญิงที่ท้องไม่พร้อม ครั้งที่ 39 เครือข่ายสนับสนุนทางเลือกของผู้หญิงที่ท้องไม่พร้อม สนับสนุนโดย แผนงานส่งเสริมสุขภาวะทางเพศ มูลนิธิสร้างเสริมสุขภาพผู้หญิง (สคส.). <https://choicesforum.org/>.
- จิตรลดา ตรี สาคร. (2555). พฤติกรรมองค์กร. ทริปเพิ้ลรูปแบบ จำกัด.
- จิราพร ชมพิกุล และคณะ. (2552). สัมพันธภาพในครอบครัวไทย. นครปฐม: เอ็น แอนด์ เอ็น ก๊อปปี แอนด์ พรินต์.
- ขวัญสร อรณพ ญ อยุธยา และคณะ. (2563). นิเวศสื่อ เพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 3(2). 147-169.
- ณัฐพัชร คุ่มบัว, ไพบรุษ คะเชนทร์พรรค, สันทิต ทองรินทร์. (2563). การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ, 10(1), 32-44.
- ณัฐภูมิ สง่างาม. (2554). ความหมายว่าการรับรู้. ดวงกลมสมัย.
- ทรงยศ พิลาสันต์. (2557, 10 มกราคม). ผลกระทบจากการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นไทย. <https://www.hitap.net/wpcontent/uploads/2014/10>.
- ธวัชชัย สหพงษ์ และศิริลักษณ์ จันทพาหะ. (2561). การพัฒนาโมชันกราฟิกเรื่องคอนแทกเลนส์. วารสารโครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. 4(1), 9-7.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2544). จิตวิทยาสังคมเบื้องต้นการรับรู้ทางสังคม. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิตยา แก้วพิภพ, พรณี บัญชรหัตถกิจ. (2562). ผลของโปรแกรมการส่งเสริมความรู้ด้าน สุขภาพและการรับรู้ความสามารถตนเองเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการป้องกันการตั้งครรภ์. วารสารสุขภาพ, 42(1), 57.
- มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์. (2553). การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการให้บริการ ของธนาคารสินเอเชีย จำกัด (มหาชน) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกรุงเทพฯ
- วิพรรษา คำรินทร์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีเพศสัมพันธ์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2560). การบริโภคสื่อกับการรู้เท่าทันสื่อของคนไทย. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 2(3). 170-183.
- ศรุทยา และคณะ. (2565). การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ในวัยรุ่น : การสำรวจปัญหาและความต้องการการสนับสนุนในการรักษาพยาบาล. *Siriraj Nursing Journal*, 5(1).

ศิริศักดิ์ ธีระสิงห์กุล. (2554). *กระบวนการผลิตแอนิเมชัน*. วิตต์ กรุ๊ป.

สมบุญ ศิลป์รุ่งธรรม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนิสิตปริญญาตรี สาขาพลศึกษาและสุขศึกษา คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 16(1), 104-119.

แสงสุลี ธรรมไกรสร. (2559, 10 พฤษภาคม). *คำนึงใหม่แม้วัยใส ทักษะคิดผิด ๆ ที่ต้องร่วมกันแก้ไข*. <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article>.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 15 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2564, 20 เมษายน). *ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารการศึกษา*. <http://www.sesao15.go.th/web15/>.

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. 2555. *พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร*. วิ.พรินท์ (1991).

Infographic Thailand. (2559, 10 สิงหาคม). *เบื้องหลังการทำโมชันกราฟิก 1* <http://infographic.in.th/infographic>.

Matt Canham and Mary Hegarty. (2010). Effects of knowledge and display Design on comprehension of complex graphics. *Learning and Instruction*, vol. 20 2010, pp. 155-166, Available: ELSEVIER.

Mohammadi, Najwa Al. (2017). *Effectiveness of Using Infographics as an Approach for Teaching Programming Fundamentals on Developing Analytical Thinking Skills for High School Students in the City of Makkah in Saudi Arabia*. University of Jeddah.

อิทธิพลของการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย
และการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์
THE INFLUENCE OF FIRM-GENERATED SOCIAL MEDIA BRAND COMMUNICATION
AND USER-GENERATED SOCIAL MEDIA BRAND COMMUNICATION
ON PERCEIVED PRODUCT QUALITY

ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์¹ ชัมมะทินนา ศรีสุพรรณ² ภูรดา ประเสริฐศรี³

ธิดารัตน์ วุฒิสรีเสถียรกุล⁴ และ นภาพร อุ่นปรีชาวนิชย์⁵

Prasittichai Narakorn, Tummatinna Seesupan, Purada Prasertsri,

Thidarat Wutthisrisatienkul and Naphaphon Oonprechavanich

Article History

Received: 07-04-2022; Revised: 26-09-2022; Accepted: 30-10-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโมเดลการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียและการรับรู้ตราสินค้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากกลุ่มผู้ซื้อสินค้าบนโซเชียลมีเดีย 400 คน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการแบบบอกต่อ (Snowball sampling) วิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Lecturer of PhD in Business Administration Program, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University
E-mail: dr.prasittichai@gmail.com *Corresponding author

²อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Lecture of PhD in Business Administration Program, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

³อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Lecturer of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

⁴อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Lecture of Information Technology Management for Business, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

⁵อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Lecture of Marketing Program, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

ผลการวิจัยพบว่า

การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย และการรับรู้ตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยปัจจัยที่มีขนาดอิทธิพลรวม (Total effect) ต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การรับรู้ตราสินค้า ($TE=0.691$) รองลงมา การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย ($TE = 0.333$) และการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย ($TE = 0.198$) ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ปัจจัยร่วมกันพยากรณ์การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ร้อยละ 52.8 ($R^2 = 0.528$)

คำสำคัญ: การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย; การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย; การรับรู้ตราสินค้า; การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

The objective of this research was to examine the model of perceived product quality derived from firm-generated social media brand communication, user-generated social media brand communication, and brand awareness. The 400 subjects were customers buying the products from social media business chosen by snowball sampling. The structural equation model (SEM) was analyzed by AMOS program.

The research findings indicated that:

firm-generated social media brand communication, user-generated social media brand communication, and brand awareness had a significantly positive influence on perceived product quality ($p < .05$). As for analyzing factors influencing perceived product quality, it was found that the three factors influencing the perceived product quality were brand awareness ($TE=0.691$), firm-generated social media brand communication ($TE=0.333$), and user-generated social media brand communication ($TE =0.198$), respectively. All factors were predictive of perceived product quality at 52.80 ($R^2 = 0.528$)

Keywords: Firm-generated social media brand communication; User-generated social media brand communication; Brand awareness; Perceived quality

1. บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเว็บ 2.0 (Web 2.0) และดิจิทัล ผู้ประกอบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network sites) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) ในการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Kaplan & Haenlein, 2010) ตัวอย่างเช่น ตราสินค้าขนาดใหญ่อย่าง สตาร์บัคส์ (Starbucks) ซาร่า (Zara) และ ออเรนจ์ (Orange) ต่างก็สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเพิ่มการสื่อสารกับลูกค้าด้วยการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์ม (Social media platform) โดยลูกค้าสามารถ “กดไลค์ (Like)” บนเพจของตราสินค้าเพื่อนทั้งหมดก็จะเห็น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อถือความเห็นและข้อเสนอแนะและประสบการณ์จากเพื่อน (Peer-to-peer) มากกว่าจากตราสินค้า ซึ่งการสร้างเนื้อหาของผู้บริโภค (User generated content) จึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness) เพิ่มการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Perceived quality) และความภักดีของลูกค้า (Customer loyalty) เพราะการสร้างเนื้อหาของผู้บริโภค (UGC) คือ การที่ผู้ใช้งานจริงสามารถพูดถึงตราสินค้าทั้งทางบวกและทางลบ ถือว่าเป็นเนื้อหาที่มีความเป็นกลางปราศจากการครอบงำจากตราสินค้า มีความน่าเชื่อถือเป็นการสร้างความรู้สึกที่ได้เป็นส่วนหนึ่งกับตราสินค้า (Schivinski, Pontes, Czarnecka, Mao, Vita, & Stavropoulos, 2022)

การสร้างเนื้อหาจากผู้บริโภคหรือผู้ติดตามบนพื้นที่ของตราผลิตภัณฑ์ โดยเนื้อหาอาจจะเกี่ยวข้องกับตราสินค้าหรือไม่ก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ก็เพื่อประโยชน์กับตราสินค้าด้วยรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ รวมไปถึงการเขียนเนื้อหาผ่านบล็อกที่พูดถึงตราสินค้าด้วย (Berthon et al., 2007) มีการศึกษาในมิติที่เกี่ยวกับการโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มหลายด้าน เช่น Morra, Ceruti, Chierici, and Gregorio (2017) ศึกษาอิทธิพลของโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภค Bruhn et al. (2012) ศึกษาถึงการโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย (Social media advertising) Seo และ Park (2018) ศึกษาการรีวิวสินค้าบนออนไลน์ และ Tran, Lin, Baalbaki, and Guzman (2020) ศึกษาการสร้างชุมชนของตราสินค้าและแฟนเพจ (Brand communities and fan pages) โดยงานวิจัยด้านโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของตราสินค้าซึ่งสมัยก่อนจะถูกควบคุมและบริหารงานโดยนักการตลาด (Wei, Huat, & Arumugam, 2022) แต่ปัจจุบันเนื้อหาจะถูกควบคุมจากผู้บริโภค โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตพืชปลอดภัยกรีนมาร์เก็ตพันเสา อ.บางระกำ จ.พิษณุโลก ได้นำแนวคิดการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มในการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเพิ่มการสื่อสารกับลูกค้า ผู้ประกอบการในพื้นที่ยังขาดทักษะ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาของผู้บริโภค (User generated content) ขาดความรู้ความเข้าใจการสร้างคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของผู้บริโภค (Customer-Base Brand Equity) ในด้านการสร้างการรับรู้ตราสินค้า การสร้างการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่จะทำให้ลูกค้ามีความภักดีมีการซื้อซ้ำและบอกต่อเพื่อน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ช่องว่างงานวิจัย (Research gap) คือการขาดงานวิจัยที่อธิบายถึงสาเหตุและผลกระทบของการสร้างเนื้อหาของผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ในมุมมองของผู้บริโภค

ดังนั้นเพื่อเติมเต็มช่องว่างงานวิจัยนี้และเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้าของผู้ประกอบการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสื่อสารเนื้อหาของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์และคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของผู้บริโภค คณะผู้วิจัยได้สร้างโมเดลและพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อหาความเชื่อมโยงของปัจจัยดังกล่าวเพื่อแก้ปัญหาการวิจัย โดยใช้แนวคิดการสื่อสารบนโซเชียลมีเดียของ Schivinski และ Dabrowski (2014) และคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของผู้บริโภคของ Aaker et al. (1991) โดยมีคำถามการวิจัย (Research question) ว่าการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียและการรับรู้ตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์หรือไม่ โดยมีวัตถุประสงค์ (Objective) คือ เพื่อศึกษาโมเดลการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียและการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย และการรับรู้ตราสินค้า

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโมเดลการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียและการรับรู้ตราสินค้า

3. การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้บูรณาการ 2 แนวคิด คือ แนวคิดการสื่อสารตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย (Social media brand communication) ของ Kaplan and Haenlein (2010) ที่ประกอบด้วยการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียและการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย และคุณค่าในสายตาลูกค้า (Consumer base brand equity) ของ Aaker (1996) ที่ประกอบด้วยการรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness) และการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Perceived quality) รายละเอียดดังนี้

การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย (Firm-generated social media brand communication: FGC) หมายถึง ข้อมูลข่าวสาร (Content) การการโฆษณาและประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสร้างข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาสาระขึ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น การแชร์ รูปภาพ วิดีโอ และการแสดงความคิดเห็นบนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับ และที่อยู่ภายใต้การควบคุมการผลิตของเจ้าของธุรกิจนั้นๆ และสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นได้ง่าย โดยที่เนื้อหาที่ถูกสร้างจากเจ้าของธุรกิจเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มีความถูกต้อง น่าสนใจ และสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในตราสินค้าและผลิตภัณฑ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าของธุรกิจกับผู้บริโภคในการสร้างความสัมพันธ์ที่ตรงกัน จากการแสดงความคิดเห็น การโต้ตอบระหว่างเจ้าของธุรกิจกับผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Kaplan & Haenlein, 2010) โดยงานวิจัยนี้การสื่อสารตราสินค้าของผู้ประกอบการผ่านสื่อสังคมออนไลน์คณะผู้วิจัยอ้างอิงตัวชี้วัดจาก Schivinski และ Dabrowski (2014) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) คือ 1) ฟังพอใจกับผู้ประกอบการที่ใช้โซเชียลมีเดีย (FGC1) 2) ผู้ประกอบการโพสต์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ตรงตามความคาดหวัง (FGC2) 3) ผู้ประกอบการโพสต์ข้อมูลบนโซเชียลมีเดียมีความน่าสนใจมาก (FGC3) และ 4) ผู้ประกอบการใช้โซเชียลมีเดียดีกว่ารายอื่น (FGC4)

การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย (User-generated social media brand communication: UGC) หรือการสื่อสารปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ต (Electronic word-of-mouth) หมายถึง เนื้อหาหรือข้อความที่ผู้บริโภคแต่ละคนสร้างขึ้นบนออนไลน์แพลตฟอร์ม (Digital platform) (Cleary & Bloom, 2011; Santos, 2021) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) และ ยูทูบ (YouTube) ฯลฯ โดยที่ผู้บริโภคจะโพสต์แสดงความคิดเห็น เป็นข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือการแชร์ ข้อมูลข่าวสาร (Kaplan & Haenlein, 2010) ความคิดเห็นของผู้บริโภคแต่ละคนสามารถโน้มน้าว (Persuade) ให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ เชื่อถือและเกิดความคล้อยตามซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ตราสินค้าและผู้บริโภคคนอื่นๆ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นบนออนไลน์แพลตฟอร์ม (Bruhn, Schoenmueller, & Schafer, 2012) แต่ถ้าวการสื่อสารเนื้อหาของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นเชิงลบต่อตราสินค้า Mukherjee (2019) ชี้ว่าจะมีผลต่อคุณค่าตราสินค้า (Brand equity) ตามมาด้วยเพราะความคิดเห็นที่เป็นเชิงลบของผู้บริโภคนี้จะป็นอันตรายทำให้ไปบดบังลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงาน Sethna, Hazari & Bergiel (2017) ได้เสริมว่าข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่โดดเด่นและภาพลักษณ์ของสินค้าควรเพิ่มการสื่อสารบนออนไลน์และแพลตฟอร์มที่สร้างจากผู้บริโภคด้วยเพราะจะสร้างความน่าเชื่อถือด้านอารมณ์กับผู้บริโภคมากขึ้น โดย Yoo et al. (1998) และ Arnold และ Reynolds (2003) พบว่าผลเชิงบวกด้านอารมณ์เหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น เนื่องจาก Mukherjee (2019) ชี้ว่าผู้บริโภคจะให้ความเชื่อถือแหล่งข้อมูลจากผู้บริโภคด้วยกันเองมากกว่าแหล่งข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิต โดยงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยอ้างอิงตัวชี้วัดจาก Schivinski

และ Dabrowski (2014) ที่ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) คือ 1) พึงพอใจกับเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียที่แชร์จากลูกค้ารายอื่น (UGC1) 2) เนื้อหาที่แชร์จากลูกค้ารายอื่นตรงตามความคาดหวัง (UGC2) และ 3) เนื้อหาที่แชร์จากลูกค้ารายอื่นมีความน่าสนใจมาก(UGC3)

การรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness: BA) หมายถึง ความสามารถของผู้บริโภคในการจำแนกตราสินค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือความสามารถการจดจำตราสินค้าของผู้บริโภค (Rossiter & Percy, 1987; Seo & Park, 2018) โดย Keller (1993) กล่าวว่า การรับรู้ตราสินค้าเป็นการสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้าผ่านการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักผ่านกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เน้นจุดเด่นของตราสินค้า รวมถึงความน่าเชื่อถือเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักและจดจำได้ Tran, Lin, Baalbakki, & Guzman (2020) พบว่าการที่ผู้บริโภครับรู้ตราสินค้าชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภครู้จักชื่อตราสินค้า (Brand recall) เป็นการเพิ่มโอกาสให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำในใจของผู้บริโภค (Brand recognition) และเป็นตราสินค้าที่ผู้บริโภคจะเลือกเป็นลำดับต้น ๆ โดย Aaker (1996) ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ตราสินค้าที่ดีเป็นความสามารถในการสร้างตราสินค้าที่เข้มแข็งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำหมวดสินค้าต่าง ๆ ของตราสินค้าได้เป็นอย่างดี งานวิจัยนี้คณะวิจัยอ้างอิงตัวชี้วัดจาก Schivinski และ Dabrowski (2014) และ Seo และ Park (2018) ที่ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) คือ (1) ตราสินค้ามีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ (BA1) (2) ตราสินค้ามีความหลากหลายและน่าสนใจ (BA2) และ (3) สามารถจดจำตราสินค้าหรือโลโก้ได้อย่างรวดเร็ว (BA3)

การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Perceived quality: PQ) หมายถึง ความสามารถของผู้บริโภคในการรับรู้คุณภาพของในภาพรวมเกี่ยวกับคุณภาพที่เหนือกว่าตราสินค้าอื่น (Aaker, 1991; Schivinski & Dabrowski, 2014) Rao และ Monroe (1989) ชี้ว่า ผู้บริโภคจะรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อการโฆษณาซึ่งจะเป็นตัวชี้้นำในการตัดสินใจตัดสินคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคทั่วไปที่รับรู้การโฆษณาของตราสินค้าในระดับที่สูงก็เสมือนกับการรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สูงตามด้วย (Yoo et al., 2001) บนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ใช้สามารถจัดอันดับผลิตภัณฑ์ได้จะส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Cillo, Gavinelli, Ceruti, Perano, & Solima, 2019) โดยที่ William et al. (2001) กล่าวว่าถ้าผู้บริโภครับรู้การโฆษณาเกี่ยวกับตราสินค้าถี่มากขึ้นจะส่งผลให้การรับรู้คุณภาพมากขึ้นด้วย (Morra, Ceruti, Chierici & Gregorio, 2017) งานวิจัยนี้คณะวิจัยอ้างอิงตัวชี้วัดจาก Schivinski และ Dabrowski (2014) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) คือ 1) ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง (PQ1) 2) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (PQ2) และ 3) ภาพรวมต่าง ๆ ได้รับความน่าเชื่อถือ (PQ3)

จากการทบทวนวรรณกรรมของตัวแปรทั้งหมด การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย (Firm-generated social media brand communication) การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย (User generated social media brand communication) การรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness) และ การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Perceived quality) คณะผู้วิจัยสามารถนำมาสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ (Schivinski et al., 2022; Cillo et al., 2019; Mukherjee, 2019)

4. สมมุติฐานการวิจัย

การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดใหม่ที่ประกอบด้วย 5 สมมุติฐาน ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียกับการรับรู้ตราสินค้า จากงานวิจัยของ Schivinski & Dabrowski (2014) พบว่าการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ตราสินค้ามาก โดย Schivinski et al. (2022) พบว่าผู้ประกอบการที่ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากแสดงให้เห็นถึงการมีแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาบนออนไลน์มากจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ตราสินค้าสูงมากตามด้วย สอดคล้องกับ Bruhn, Schuenmueller

และ Schafer (2012) เชื่อว่าเนื้อหาที่สร้างจากผู้ประกอบการจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการที่โพสต์ข้อมูลที่ดีและมีประโยชน์จะสร้างการมีส่วนร่วมในตราสินค้า สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและช่วยเพิ่มการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มากขึ้นด้วย คณะผู้วิจัยได้สร้างสมมติฐานการวิจัยดังนี้ (Morra, Ceruti, Chierici, & Gregorio, 2017)

H1: การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ตราสินค้า

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียกับการรับรู้ตราสินค้า จากงานวิจัยของ Cillo et al. (2019) และ Schivinski และ Dabrowski (2014) พบว่าการโต้ตอบกันของผู้บริโภคบนเฟซบุ๊ก (Facebook) จะมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ตราสินค้าสูง โดย Mukherjee (2019) เชื่อว่าผู้บริโภคที่มีการปฏิสัมพันธ์กับตราสินค้าหรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคด้วยกันมากแสดงให้เห็นถึงการมีแรงจูงใจและมีส่วนร่วมกับเนื้อหาที่โพสต์บนออนไลน์สูง และส่งผลให้เกิดการรับรู้ตราสินค้าสูงมาด้วย สอดคล้องกับ Bruhn, Schuenmueller & Schafer (2012) พบว่าเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภคบนออนไลน์ปราศจากการควบคุมจากตราสินค้า จะมีทั้งข้อดีและข้อเสียของตราสินค้าและเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีประโยชน์มากในการตัดสินใจของผู้บริโภค ช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า ดังนั้นข้อมูลทั้งด้านที่ดีและไม่ดีจะสร้างการมีส่วนร่วมกับตราสินค้า สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้ามากขึ้นด้วย คณะผู้วิจัยได้สร้างสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H2: การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ตราสินค้า

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียกับการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ สำหรับการสื่อสารการตลาดบนโซเชียลมีเดียถือว่าที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถช่วยให้คำวิจารณ์ของผู้บริโภค (Peer reviews) ส่งผลให้การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคสูงขึ้น สอดคล้องกับ Morra et al. (2017) ที่เชื่อว่าเนื้อหาของผู้ประกอบการบนออนไลน์จะส่งผลให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ได้รับความรู้เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น โดย Schivinski & Dabrowski (2014) เชื่อว่าผู้บริโภคมารีวิว (Review) สินค้าบนออนไลน์จะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์สูงขึ้น สอดคล้องกับ Wei, Huat, & Arumugam (2022) ที่ว่าบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีลูกค้าติดตามมากและตอบสนองเนื้อหาด้วยการโพสต์ (Post) คอมเมนต์ (Comment) การกดไลค์ (Like) และการแชร์ (Share) บนสื่อออนไลน์ยังเป็นการสื่อสารปากต่อปากให้ลูกค้าด้วยกัน คณะผู้วิจัยสร้างสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H3: การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียกับการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ โดย Morra et al. (2017) กล่าวว่า การสื่อสารบนโซเชียลมีเดีย (Social media) ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถช่วยให้คำวิจารณ์ของผู้บริโภค (Peer reviews) ส่งผลให้เกิดการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น สอดคล้องกับ Wei และคณะ (2022) ที่เชื่อว่าการสร้างเนื้อหาของผู้ใช้บนออนไลน์จะส่งผลให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ได้รับความรู้เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการมากขึ้น Schivinski & Dabrowski (2014) เสริมว่าผู้บริโภคที่รีวิวสินค้าบนออนไลน์จะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Lee & Hong (2016) ที่ว่าบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผู้บริโภคจำนวนมากและตอบสนองเนื้อหาด้วยการโพสต์ (Post) คอมเมนต์ (Comment) การกดไลค์ (Like) และการแชร์ (Share) บนสื่อออนไลน์ยังเป็นการสื่อสารปากต่อปาก (Electronic word of mouth) ให้ผู้บริโภคด้วยกัน และสร้างการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มากขึ้น คณะผู้วิจัยได้สร้างสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H4: การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ตราสินค้ากับการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ Aaker et al. (1991) กล่าวว่าโมเดลคุณค่าในสายตาผู้บริโภค (Consumer based brand equity) เป็นกระบวนการเรียนรู้ของผู้บริโภค (Consumer learning process) ที่เริ่มจากการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพในมุมมองของผู้บริโภคด้วย Yoo & Donthu (2001) พบว่าผู้บริโภคแต่ละ

คนสามารถเรียนรู้ความเกี่ยวกับตราสินค้าได้แตกต่างกันยังมีความเชื่อมโยงกับตราสินค้าสูงจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์สูงตามด้วย คณะผู้วิจัยได้สร้างสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H5: การรับรู้ตราสินค้าส่งผลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ศึกษาจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and sample) โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไปในจังหวัดพิษณุโลกที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ปลอดสารของกลุ่มวิสาหกิจผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลพันเสา จังหวัดพิษณุโลก คณะผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่ศึกษาครั้งนี้มีจำนวนไม่แน่นอน (Infinite population) ดังนั้นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดที่เหมาะสมและเป็นตัวแทนของประชากร คณะผู้วิจัยอ้างอิงแนวคิดของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) ที่แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ควรอยู่ระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Observer variables) และงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 13 ข้อ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรอยู่ระหว่าง 130 ถึง 260 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด แสดงว่ามีความเหมาะสม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 400 คน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ด้านเนื้อหาที่สร้างจากผู้ประกอบการ เนื้อหาที่สร้างจากลูกค้า การรับรู้ตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากคณะผู้วิจัยไม่รู้ขนาดประชากรจึงใช้วิธีการกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability) ด้วยวิธีการเลือกแบบบอกต่อ (Snowball sampling) เริ่มต้นจากส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้ลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ปลอดสารของกลุ่มวิสาหกิจผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลพันเสา จังหวัดพิษณุโลก และให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำต่อไปจนครบ 400 ตัวอย่าง ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.50 มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 37.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 57.50 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation model) ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement model) โมเดลการวัดนี้เป็นแบบสะท้อนรูป (Reflective measurement model) และตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น (Validity and reliability) ของโมเดลด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) โดยตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) อยู่ระหว่าง 0.751 ถึง 0.851 ซึ่งมากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ด้วยวิธี Principal components และ Varimax rotation และได้ค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ 0.845 (ค่า KMO ควรมากกว่า 0.5 ถือว่าดี) แสดงว่าโมเดลนี้สามารถอธิบายได้ร้อยละ 84.50 ถือว่าอยู่ในระดับที่ดี ดังนั้นสรุปว่าการทดสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างในโมเดลที่ถูกร่างขึ้นมีนัยสำคัญทางสถิติ และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis, CFA) โดยตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า AVE อยู่ระหว่าง 0.507 ถึง 0.668 (ค่า AVE ควรมากกว่า 0.5 ถือว่าดี) และมีค่า CR อยู่ระหว่าง 0.754 ถึง 0.857 พิจารณาจากตาราง 1

ตารางที่ 1

การตรวจสอบความเที่ยงและการตรวจสอบความตรงแบบศูนย์รวม

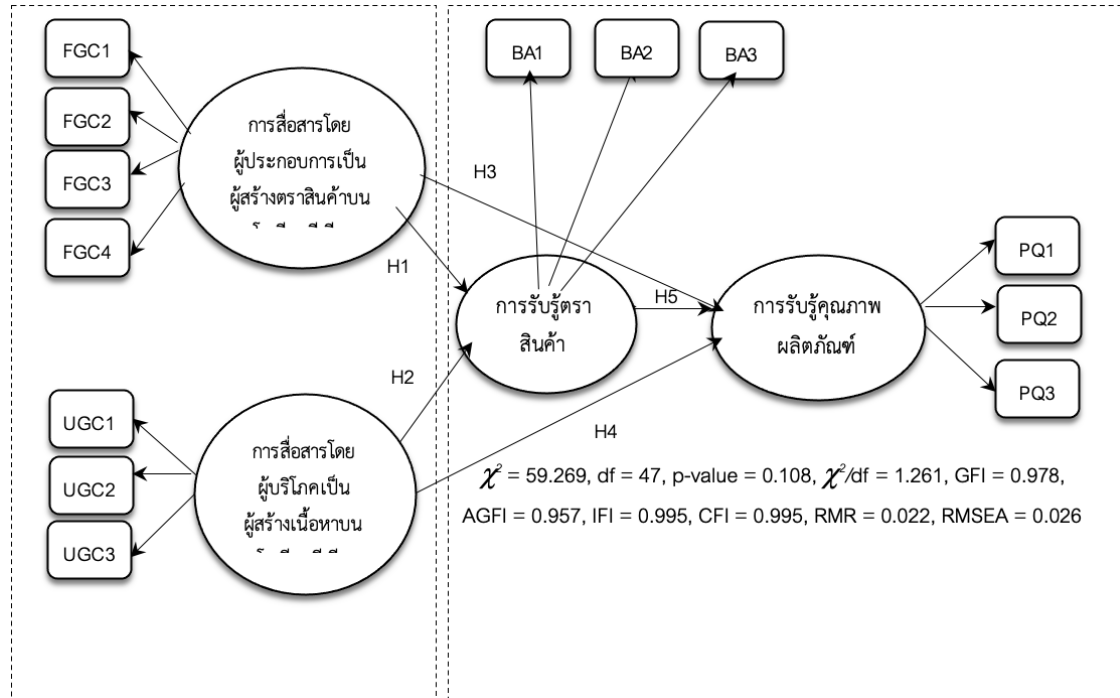
ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้		Factor Loading	Cronbach's Alpha	AVE	CR
การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย (FGC)			0.839	0.554	0.832
FCG1	พึงพอใจกับผู้ประกอบการที่ใช้โซเชียลมีเดีย	0.778			
FCG2	ผู้ประกอบการโพสต์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ตรงตามความคาดหวัง	0.791			
FCG3	ผู้ประกอบการโพสต์ข้อมูลบนโซเชียลมีเดียมีความน่าสนใจมาก	0.720			
FCG4	ผู้ประกอบการใช้โซเชียลมีเดียดีกว่ารายอื่น	0.683			
การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย (UGC)			0.851	0.668	0.857
UGC1	พึงพอใจกับเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียที่แชร์จากเพื่อน	0.826			
UGC2	เนื้อหาที่แชร์จากลูกค้ารายอื่นตรงตามความคาดหวัง	0.903			
UGC3	เนื้อหาที่แชร์จากลูกค้ารายอื่นมีความน่าสนใจมาก	0.711			
การรับรู้ตราสินค้า (BA)			0.756	0.507	0.754
BA1	ตราสินค้ามีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	0.625			
BA2	ตราสินค้ามีความหลากหลายและน่าสนใจ	0.782			
BA3	สามารถจำตราสินค้าหรือโลโก้ได้อย่างรวดเร็ว	0.720			
การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (PQ)			0.832	0.620	0.830
PQ1	ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีคุณภาพดี	0.746			
PQ2	เป็นตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ	0.839			
PQ3	ผลิตภัณฑ์จากตราสินค้ามีความคุ้มค่ากับราคา	0.775			

หมายเหตุ : เมื่อ $CR = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \Sigma(\theta)}$; และ $AVE = \frac{(\sum \lambda^2)}{(\sum \lambda^2) + \Sigma(\theta)}$

2. การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural model) พบว่าโมเดลโครงสร้างของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ (หลังปรับโมเดล) ที่ประกอบด้วย การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย และการรับรู้ตราสินค้า มีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ($X^2 = 59.269$, $df = 47$, $p\text{-value} = 0.108$, $X^2/df = 1.261$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.957$, $IFI = 0.995$, $CFI = 0.995$, $RMR = 0.022$, $RMSEA = 0.026$) สรุปได้ว่าโมเดลการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎี (Theoretical model) ที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้ (Hai et al., 2010; Hu & Bentler, 1999) พิจารณาภาพที่ 1

ภาพที่ 1

เส้นทางความสัมพันธ์แบบสมการโครงสร้างของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์



3. การวิเคราะห์สมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้ สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.283 ($\beta = 0.283$, $t = 4.312$, $p < 0.001$) สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.136 ($\beta = 0.136$, $t = 3.184$, $p < 0.01$) สมมติฐานที่ 3 การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.138 ($\beta = 0.138$, $t = 2.325$, $p < 0.01$) สมมติฐานที่ 4 การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.104 ($\beta = 0.140$, $t = 2.247$, $p < 0.01$) และ สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ตราสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.691 ($\beta = 0.691$, $t = 7.633$, $p < 0.001$) พิจารณาตาราง 2

ตารางที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (β)	t-value	Result
H1	FGC $\rightarrow$ BA	0.283	4.312***	สนับสนุน
H2	UGC $\rightarrow$ BA	0.136	3.184**	สนับสนุน
H3	FGC $\rightarrow$ PQ	0.138	2.325**	สนับสนุน
H4	UGC $\rightarrow$ PQ	0.104	2.247**	สนับสนุน
H5	BA $\rightarrow$ PQ	0.691	7.633***	สนับสนุน

หมายเหตุ (1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$), (2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.576$), (3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.291$)

4. การวิเคราะห์ขนาดอิทธิพล พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลรวม (Total Effect) ต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์สูงสุดคือ การรับรู้ตราสินค้า (TE = 0.691) รองลงมาคือ การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย (TE = 0.333) และการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย (TE = 0.198) ตามลำดับ และปัจจัยทั้งหมดร่วมกันพยากรณ์การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ร้อยละ 52.80 ($R^2 = 0.528$) พิจารณาตาราง 3

ตารางที่ 3

อิทธิพลของตัวแปรพ่วงปัจจัย (Antecedents) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตาม (Latent Variable)	R^2	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรพ่วงปัจจัย (Antecedents)		
			FGC	UGC	BA
BA	0.200	DE	0.283	0.136	0.000
		IE	0.000	0.000	0.000
		TE	0.283	0.136	0.000
PQ	0.528	DE	0.138	0.104	0.691
		IE	0.195	0.094	0.000
		TE	0.333	0.198	0.691

หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง (DE), อิทธิพลทางอ้อม (IE), อิทธิพลรวม (TE)

6. อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยอธิบายผลการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อการรับรู้ตราสินค้า ซึ่ง Bruhn Schuenmueller และ Schafer (2012) ได้อธิบายว่าการสร้างเนื้อหาของผู้ประกอบการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าซึ่งจะส่งผลให้ช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า สร้างความ

พึงพอใจกับลูกค้าและช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้าได้มากขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ตราสินค้า โดย Bruhn Schuenmueller และ Schafer (2012) อธิบายว่าการสร้างเนื้อหาของผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะปราศจากการควบคุมจากตราสินค้าและผู้ผลิตซึ่งจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียของตราสินค้าผสมกันไป จะถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจะช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า โดยข้อมูลด้านที่ดีหรือด้านที่ไม่ดีนี้จะสร้างการมีส่วนร่วมกับตราสินค้า สร้างความพึงพอใจกับลูกค้า และช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้าให้สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hutter et al. (2013) และ Schivinski และ Dabrowski (2014) ที่ว่าลูกค้าที่มีการปฏิสัมพันธ์กันบนเฟซบุ๊ก (Facebook) จะยิ่งช่วยให้การรับรู้ตราสินค้าสูงขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาที่โพสต์บนออนไลน์มากจะช่วยส่งผลให้เกิดการรับรู้ตราสินค้าสูงตามด้วย

3. การสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าที่รีวิวนสินค้าบนออนไลน์เครือข่ายสังคมออนไลน์จะส่งผลให้การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มากขึ้น สอดคล้องกับ Lee และ Hong (2016) ที่ว่าบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีลูกค้าจำนวนมาก ในการโพสต์ (Post) การคอมเมนต์ (Comment) การไลค์ (Like) และการแชร์ (Share) บนสื่อออนไลน์ในแต่ละครั้งจะยังเป็นการสื่อสารปากต่อปาก (eWOM) ให้ผู้บริโภคด้วยกันและสร้างการรับรู้คุณภาพมากขึ้น

4. การสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียส่งผลทางบวกการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ โดย Schivinski และ Dabrowski (2014) ได้อธิบายว่าลูกค้าที่รีวิวนสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะยังส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น สอดคล้องกับ Lee และ Hong (2016) ที่พบว่าบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีการโพสต์ (Post) การคอมเมนต์ (Comment) การไลค์ (Like) และการแชร์ (Share) บนสื่อออนไลน์ยังเป็นการสื่อสารปากต่อปาก (eWOM) ให้ผู้บริโภคด้วยกัน และสร้างการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่ง Triche et al. (2013) อธิบายว่าการสื่อสารบนโซเชียลมีเดียช่วยให้คำวิจารณ์ของผู้บริโภค (Peer reviews) ส่งผลให้การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น (Morra, Ceruti, Chierici & Gregorio, 2017)

5. การรับรู้ตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ โดย Aaker et al. (1991) กล่าวว่าโมเดลการเกิดคุณค่าในสายตาลูกค้า (Consumer-Based Brand Equity) ถือว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ของลูกค้า (Consumer learning process) ที่เริ่มการรับรู้ตราสินค้าจากเพื่อนที่รีวิวนสินค้าซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ในมุมมองของลูกค้า (Yoo & Donthu, 2001) จากงานวิจัยชี้ว่าตราสินค้าที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นจะส่งผลให้การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ในภาพรวมจะได้รับความน่าเชื่อถือ

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ได้โมเดลการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบแล้ว ที่ประกอบด้วยการรับรู้ตราสินค้ามีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาการสื่อสารโดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างตราสินค้าบนโซเชียลมีเดีย และการสื่อสารโดยผู้บริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียตามลำดับ และการรับรู้ตราสินค้าที่ผู้บริโภคที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ชอบตรงที่ตราสินค้ามีความหลากหลายและน่าสนใจ รองลงมาคือ ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าและโลโก้ได้ และ ให้ความสำคัญกับความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของตราสินค้า

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยเหมาะกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก (Micro enterprise) ที่มีพนักงานไม่เกิน 5 คน หรือ กลุ่มธุรกิจ Startup ที่เริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ที่มีทุนไม่มากนักและมีบุคลากรไม่มากนัก เพื่อสร้างการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเองด้วยการสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านโลโก้หรือแบรนด์ที่โดดเด่น เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ จากนั้นผู้ประกอบการ

ควรสร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารโดยตรงถึงผู้บริโภค และให้ผู้บริโภคสร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียเพื่อแบ่งปันประสบการณ์โดยตรงจากนั้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อจำกัดของการวิจัยอยู่ที่ขอบเขตของพื้นที่การเก็บข้อมูลยังอยู่ในเขตพื้นที่จำกัดที่พิษณุโลก ดังนั้นสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยไปสู่ภาคอื่น ๆ ให้มากขึ้น และอีกประเด็นกลุ่มประชากรใช้เป็นตัวอย่างในการทดสอบโมเดลยังจำกัดเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจผู้ปลูกผักปลอดสารพิษเท่านั้น ควรนำโมเดลไปทดสอบยังกลุ่มประชากรธุรกิจอื่น ๆ ให้มากขึ้นเพื่อยืนยันคุณภาพของโมเดล

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D.A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *CA Management Review*, 38(3):102-120.
- Arnold, M.J. and Reynolds, K.E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2):77-95.
- Berthon, P.R., Pitt, L.F., McCarthy, I. and Kates, S.M. (2007), "When customers get clever: managerial approaches to dealing with creative consumers", *Business Horizons*, 50(1): 39-47.
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schafer, D.B. (2012). Are social media replace traditional media in terms of brand equity creation?. *Management Research Review*, 35(9).
- Bruhn, M., Schnebelen, S., & Schafer, D. (2013). Antecedents and consequences of the quality of e-customer-to-customer interaction in B2B brand communities. *Industrial marketing management*, 43(1).
- Cillo, V., Gavinelli, L., Ceruti, F., Perano, M., & Solima, L. (2019). A sensory perspective in the Italian beer market. *British Food Journal*, 121(9): 2036-2051.
- Cleary, J. and Bloom, T. (2011). Gatekeeping at the portal: an analysis of local television websites' user-generated content, *Electronic News*, Vol.5 (2):93-111.
- Cyr, D., Head, M., & Ivanov, A. (2009). Perceived interactivity leading to e-loyalty: Development of model cognitive-affective user response. *Interaction Journal of Human-computer studies*, 67: 850-869.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Upper Saddle River, Prentice-Hall, NJ.
- Hu, L. and Bentler, P.M. (1999), "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-55.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). User of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1):59-68.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, measuring, managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1):1-22.
- Morra, M. C., Ceruti, F., Chierici, R., & Gregorio, A. D. (2017). Social vs traditional media communication: brand origin associations strike a chord. *Journal of Research in interactive marketing*, 12(1):2-21.

- Mukherjee, K. (2019). Social media marketing and customers' passion for brands. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(4): 509-522.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York, NY
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the consumer*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Rao, A.R. & Monroe, K.B. (1989). The effect of price, brand name, and store name on buyers' perceptions of product quality: an integrative review. *Journal of Marketing Research*, 36(2):351-358.
- Rossiter, J.R., & Percy, L. (1987). *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill Book Company, New York.
- Santos, M. L. B. (2021). *The so-called UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media*. Online information review,
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). The impact of brand communication on brand equity through Facebook. *Journal of Research in Interactivity Marketing*, 9(1):31-53.
- Schivinski, B., Pontes, N., Czarnecka, B., Mao, W., Vita, F. D., & Stavropoulos. (2022). Effects of social media brand-related content on fashion products buying behaviour-a moderated mediation model. *Journal of products & Brand Management*, 31(7): 1047-1062.
- Seo, E-J., & Park, J-W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66: 36-41.
- Sethan, B.N., Hazari, S., & Bergiel, B. (2017). Influence of user generated content in online shopping: impact of gender on purchase behavior, trust, and intention to purchase. *Int. J. Electronic Marketing and Retailing*, 8(4).
- Tran, T.P., Lin, C-W., Baalbaki, S., & Guzman, F. (2020). How personalized advertising affects equity of brands advertised on Facebook? A mediation mechanism, 120: 1-15.
- Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1):1-14.
- Yoo, C., Park, J. & MachInnis, D.J. (1998). Effects of store characteristics and in-store emotional experiences on store attitude. *Journal of Business Research*, 42(3):253-263.
- Wei, H. L., Huat, O. C., & Arumugam, P. V. (2022). Social media communication with intensified pandemic fears: evaluating the relative impact of user-and firm-generated content on brand loyalty. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. DOI 10.1108/APJBA-07-2021-0319.
- William, R., Madden, T.J., Krimani, A., & Mukherjee, S. (2001). Understanding what's in a brand rating: a model for assessing brand and attribute effects and their relationship to brand equity. *Journal of Marketing Research*, 38: 415-429.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนา
ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลวันยาว อำเภอลำทะลุ จังหวัดจันทบุรี
GUIDELINE FOR COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT TO BE IN LINE WITH
THE EEC IN WAN YAO, KHLUNG DISTRICT, CHANTHABURI PROVINCE

สมพงษ์ เสงี่ยมณี¹ เหมือนฝัน คงสมแสง² และ สุตินันท์ โสติวิธ³

Sompong Sengmanee, Muanfun Kongsomsawaeng and Suttinun Sotwitee

Article History

Received: 31-08-2022; Revised: 19-10-2022; Accepted: 10-11-2022

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2) เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลวันยาว อำเภอลำทะลุ จังหวัดจันทบุรี ใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนตำบลวันยาวจำนวน 10 ท่าน

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ชุมชนควรมีการประชุม บอกกล่าวสมาชิกเพื่อสร้างความเข้าใจและความจำเป็นในการทำการท่องเที่ยวชุมชน
- 2) สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยว
- 3) การจัดกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนวันยาว หรือ เป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่น โดยที่สร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น
- 4) ควรจัดให้มีการประมวลผล ประโยชน์ในเชิงสุขภาพหลังจากที่มีการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกทางหนึ่งด้วย

¹ อาจารย์, ดร. คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Ph.D., Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: Sompong.s@rbu.ac.th

² อาจารย์, ดร.คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Ph.D., Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

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

5) ชุมชนควรมีการติดตาม ประเมินผลนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีในชุมชนต่อไป นอกจากนี้จากการวิจัยได้สถานที่ท่องเที่ยว 4 จุดด้วยกัน ได้แก่ จุดที่ 1 เริ่มต้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลวันยาว จุดที่ 2 สะพานไม้ไผ่ หมู่ที่ 4 จุดที่ 3 ฟาร์มหอยนางรม ฟาร์มหอยแครง ชมเหยี่ยวแดง จุดที่ 4 ป่าโกงกาง ธนาคารปูม้า หมู่ที่ 8

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชน; จันทบุรี; การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

ABSTRACT

This research is a qualitative research. The objective is to propose guidelines for the development of community- based tourism to be in line with Eastern Economic Corridor (EEC) in Wan Yao, Khlong District, Chanthaburi Province. The research tools were tools interviews and focus group discussion. There are 10 key informants related to community- based tourism in Wan Yao.

The research shows that:

(1) the community should have a meeting inform members to create understanding and necessity for community- based tourism.

(2) explore tourist attractions that can be developed to create activities for tourists to increase their travel experience

(3) organizing activities that are the identity of the Wan Yao community or to conserve natural resources in the local area by making it different from other tourist attractions.

(4) health benefits processing should be arranged after community- based tourism in order to promote health tourism in another way as well.

(5) community and tourist should be monitored and Evaluated in order to develop good tourism in the community further. In addition, from the research, there are 4 tourist attractions : namely, Tourist Point 1, starting at Wan Yao Community Enterprise Group, Tourist Point 2, Moo 4 Bamboo Bridge, Tourist Point 3, Oyster Farm, Cockle Farm, Red Hawk Watching, Tourist Point 4, Mangroves Forest Moo 8 Crab Bank.

Keywords: community- based tourism; Chanthaburi; EEC

1. บทนำ

โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นโครงการพัฒนาพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต่อยอดการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก หรือที่เรียกว่า อีสเทิร์นซีบอร์ด โครงการ EEC มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา แผนการพัฒนา EEC เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาพื้นที่ ทั้งทางกายภาพและทางสังคม เพื่อเป็นการยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวถูกจัดให้เป็น 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ด้วยสภาพภูมิ

อากาศ มรดกทางวัฒนธรรม และการต้อนรับอันอบอุ่น ประเทศไทยจึงเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย

การท่องเที่ยวชุมชนคือการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนท้องถิ่นด้วย และสำคัญการท่องเที่ยวดังกล่าวต้องไม่ทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จังหวัดจันทบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก และเป็นจังหวัดที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคตะวันออก และจังหวัดจันทบุรียังถูกบรรจุในแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ชุมชนวันยาว ตั้งอยู่ใน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่น ทั้งประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน ตั้งแต่สมัยพระเจ้าตากสินมหาราช เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ดินดี น้ำดี มีแม่น้ำเวฬุไหลผ่านในชุมชน มีวิถีชีวิตที่หลากหลาย ด้วยเสน่ห์ของคนในชุมชนวันยาวที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย อธิบายได้ดี และมากด้วยทรัพยากรท่องเที่ยว (เทศบาลตำบลวันยาว, 2564) จากความสำคัญในข้างต้นสามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนวันยาว เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเป็นระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก EEC ได้ ด้วยการใช้ตลาดและแนวโน้มของการท่องเที่ยวเป็นตัวนำ ควบคู่กับการใช้ประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่ EEC สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้จริง วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนวคิดและแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สามารถสร้างความเข้าใจและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนได้เป็นอย่างดี และที่สำคัญงานวิจัยชิ้นนี้เป็นคำตอบสนองความต้องการของชุมชนวันยาว ที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการมีรายได้เพิ่มขึ้นของชุมชน การจ้างงาน สร้างอาชีพ รวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ทั้งยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างความเข้มแข็ง ด้านสังคม ชุมชน และความมั่นคง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

3. การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ระยะที่ 1

ศึกษาเรื่องราวจากเอกสาร (Document Research) หอจดหมายเหตุ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ สื่อออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนที่กำหนด ได้แก่ ชุมชนวันยาว เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยการวิจัย

ภาคสนาม (Field Research) เพื่อสำรวจ ตรวจสอบความเป็นไปได้ในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างความคุ้นเคยกับคนในท้องถิ่น เพื่อ
ง่ายแก่การเข้าถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญขั้นตอนในการทำวิจัยภาคสนามและเพื่อทราบถึงกระบวนการการสื่อสารในชุมชน

ระยะที่ 2

ขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
(Non-participation observation) ซึ่งมีรายละเอียดคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)
คำถามเกี่ยวข้องกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนวันยาวและความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว EEC ว่ามีความเหมือนหรือต่าง
จากการท่องเที่ยวแบบอื่นอย่างไร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้นำชุมชน ประกอบไปด้วย ผู้ที่มีบทบาทสำคัญด้าน
การท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน และตัวแทนชาวบ้านในชุมชน จำนวน 3 ท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนวันยาว อำเภอ
ขลุง จังหวัดจันทบุรี รวมทั้งหมดจำนวน 6 ท่าน

ระยะที่ 3

ขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
(Non-participation observation) ซึ่งมีรายละเอียดคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)
คำถามเกี่ยวข้องกับ ความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
โดยนำข้อมูลจากระยะที่ 2 มาเป็นข้อมูล ผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก คือ หน่วยงานของรัฐ เอกชน และนักวิชาการ เพื่อเป็นการตอบสนอง
นโยบายของรัฐบาล รวม 3 ท่าน และอภิปรายผลข้อมูลตามทฤษฎีและปรากฏการณ์ เพื่อสร้างข้อสรุปและนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัย
ระยะที่ 4

ระยะที่ 4

ขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การประชุมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
(Non-participation observation) ซึ่งมีรายละเอียดคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)
โดยผ่านกิจกรรมในการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนและหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วน
ร่วม เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่ม
ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ในระยะที่ 2 และระยะที่ 3 รวมถึงตัวแทนจากชุมชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถให้คำตอบในการ
วิจัยในครั้งนี้ได้ อีก 1 ท่าน รวมทั้งหมด 10 ท่าน นำข้อมูลที่ได้จากประชุมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างข้อสรุปและเสนอ
ข้อมูลแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
ตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

ทั้งนี้ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ ร่วมให้ความเห็น ตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงแบบสัมภาษณ์
ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เพื่อให้แบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นตามวัตถุประสงค์ของ
งานวิจัย

5. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาระยะที่ 1

พบว่า ชุมชนวันยาว ตั้งอยู่ใน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เป็นชุมชน ที่มีความโดดเด่น ทั้งประวัติศาสตร์ความเป็นมาอัน
ยาวนาน ตั้งแต่สมัยพระเจ้าตากสินมหาราช เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ดินดี น้ำดี มีแม่น้ำเวฬุไหลผ่านในชุมชน มีวิถีชีวิตที่หลากหลาย
ด้วยเสน่ห์ของคนในชุมชนวันยาวที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย อ้อยาศัยดี และมากด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวและเพื่อสำรวจ ตรวจสอบ
ความเป็นไปได้ในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างความคุ้นเคยกับคนในท้องถิ่น โดยติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชนในตำบลวันยาว และ

แนะนำตัวในวันที่มีการประชุมของชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญขั้นตอนในการทำวิจัยภาคสนามและเพื่อทราบถึงกระบวนการสื่อสารในชุมชนซึ่งในขณะนี้เป็นการสร้างความคุ้นเคยเพื่อให้เกิดประโยชน์กับข้อมูลการวิจัยในระยะต่อไป

ผลการศึกษาระยะที่ 2

ข้อมูลของโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกกับการท่องเที่ยวชุมชน ทางชุมชนวันยาวได้รับข้อมูลยังไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และเพื่อสร้างความเข้าใจในรับรู้ข้อมูลเพื่อนำไปประชุมกลุ่มในระยะที่ 4 และพบว่า สถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่ชุมชนตำบลวันยาว อำเภอคลอง จังหวัดจันทบุรี ประกอบไปด้วย

- 1) กลุ่มวิสาหกิจชีวภาพชุมชนวันยาว
- 2) สะพานไม้ไผ่ ปูลูกปาดายเลน ปากแม่น้ำหมูที่ 4
- 3) ธนาคารปูม้า ศูนย์อนุรักษ์หอยท้องถิ่น พายเรือคายัคชมอุโมงค์ป่าชายเลน หมู่ที่ 6
- 4) ป่าโกงกาง ธนาคารปูม้า หมู่ที่ 8
- 5) ฟาร์มหอยแครง ฟาร์มหอยนางรม ชมเหยี่ยวแดง

แต่ละสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนอยู่แล้วแต่ยังไม่มีมีการบูรณาการในการสร้างการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกันอย่างเป็นทางการ

ผลการศึกษาระยะที่ 3

ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นด้วยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ทางชุมชนเสนอมาใน ระยะการวิจัยระยะที่ 2 และให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับ EEC หรือไม่ หรือถ้ามีการเพิ่มเติมพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนต้องดูความสามารถของชุมชน ความเหมาะสมของชุมชนตำบลวันยาว จากผลในระยะที่ 3 ผู้วิจัยนำไปเป็นข้อมูลในการทำวิจัยระยะที่ 4

ผลการวิจัยระยะที่ 4

จากการประชุมระดมความคิดเห็นพบว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรจัดให้แต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกัน และหลังจากนั้นพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละที่ให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้งในเรื่องของยกระดับประสบการณ์และคุณค่าจากการท่องเที่ยว (Value Proposition) การจัดระเบียบและส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลายตามสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเพิ่ม คุณค่าและประสบการณ์ ต่อยอดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical tourism) และส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น จากการประชุมระดมความคิดเห็นได้เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว ดังนี้คือ

จุดที่ 1 เริ่มต้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลวันยาว เปิดแอปพลิเคชัน วัดพลังงานที่ใช้ก่อนเริ่มการท่องเที่ยว หลังจากนั้นให้นักท่องเที่ยวได้ทำความรู้จักกับ มะปัด พืชท้องถิ่น บอกสรรพคุณ และให้นักท่องเที่ยวได้เดินชมสวนมะปัด พร้อมทั้งปลูก และเดินทางด้วยซาเล้งของชุมชนไปที่ สะพานไม้ไผ่ หมู่ที่ 4

จุดที่ 2 นักท่องเที่ยวเดินทางถึง สะพานไม้ไผ่ หมู่ที่ 4 ระหว่างทางให้เก็บเมล็ดพันธุ์โกงกางไปปลูกที่จัดเตรียมไว้ เมื่อปลูกเสร็จทำความสะอาดร่างกายและนั่งเรือชมฟาร์มหอย ดูเหยี่ยว

จุดที่ 3 นักท่องเที่ยวนั่งเรือไปถึงฟาร์มหอยนางรม ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บ แกะ หอยนางรม หลังจากนั้นไปฟาร์มหอยแครง ให้นักท่องเที่ยวได้คราดหอยแครง ทำความสะอาดร่างกายเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี และให้นักท่องเที่ยวชมเหยี่ยวแดง โดยที่ใช้เหยื่อที่เตรียมมา หลังจากนั้นนั่งเรือไปยังท่าเรือหมู่ที่ 8

จุดที่ 4 นักท่องเที่ยวถึงท่าเรือ ให้ถ่ายรูปกับป่าโกงกางเพื่อเป็นภาพที่ระลึกและชมธนาคารปูม้า ทำกิจกรรมชื้อปู บอกประโยชน์เกี่ยวกับธนาคารปูม้าให้นักท่องเที่ยวได้ฟัง และนั่งรถซาเล้งกลับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีวภาพวันยาว

จุดที่ 5 เมื่อนักท่องเที่ยวถึงกลุ่มวิสาหกิจชีวภาพวันยาว ให้ต้อนรับด้วยน้ำมะขี้ปี้ และตรวจผลงานที่ใช้ไปในการท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าใช้ไปเท่าไร ได้ออกกำลังกายส่วนไหนบ้างเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

6. อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นสำคัญในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ

1. การท่องเที่ยวชุมชน ของตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี มีการคัดเลือก พุดคุยเพื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเกิดประโยชน์กับชุมชนมากที่สุด และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในตำบล ซึ่งสอดคล้องกับ Tolkach and King (2015) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism: CBT) คือการท่องเที่ยวที่บริหารโดยชุมชน ประกอบด้วยธุรกิจการท่องเที่ยวหลายแห่ง โดยมีเป้าหมาย ผลประโยชน์ให้กับชุมชน มักจะมีวัตถุประสงค์ในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตและสร้างโอกาสในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และยังคงตรงกับแนวคิดของ อัจฉราสุจา (2562) ที่ว่า ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการวางแผน และกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น สามารถสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นกระจายกันอย่างทั่วถึง

ทั้งนี้ ทางชุมชน มีการพูดคุยถึงผลกระทบทั้งด้านบวกกับด้านลบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งผลกระทบด้านบวก คือชุมชนมีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา และสามารถต่อยอดจนเกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และผลกระทบด้านลบ อาจจะมีจำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยวและที่สำคัญคือ อาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับ วีระผล ทองมา (2547) ที่กล่าวถึง ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ซึ่งมีทั้งผลกระทบด้านบวก และด้านลบ

นอกจากนี้ทางชุมชนมีองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งผลให้การท่องเที่ยวชุมชน (CBT) ตำบลวันยาว ประสบความสำเร็จ ตามที่ Dodds and Galaski (2016) ได้กล่าวไว้ คือ

1) ชุมชนตำบลวันยาวมีการวางแผนแบบมีส่วนร่วมและเพิ่มศักยภาพสมาชิกในชุมชน เพื่อให้เข้าใจในการทำงาน เข้าใจเป้าหมาย ก็จะส่งผลต่อกิจกรรมในการประสบความสำเร็จ เช่น การคิดโครงการเกี่ยวกับท่องเที่ยวที่มาจากประสบการณ์ร่วมกัน

2) ชุมชนตำบลวันยาว มีเครือข่ายต่าง ๆ มาให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือ ทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์กรต่าง ๆ ก็จะเป็นการเติมเต็มสิ่งที่ชุมชนนั้นต้องการ อีกทั้งยังสามารถสร้างศักยภาพที่ดีเพื่อรองรับตลาดในอนาคต เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือ คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เป็นต้น

3) ชุมชนตำบลวันยาวมีการผสมผสานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป้าหมายในการพัฒนาชุมชน จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวความยั่งยืน เช่น การจัดการของเสีย การฟื้นฟูป่า การใช้วัสดุธรรมชาติ ก็จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมในชุมชนได้อีกด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาทิณี วัฒนกิจ และณัฐนิภรณ์ น้อยเสียม (2565) ที่กล่าวว่า การพึ่งพิงระหว่างชุมชนและฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ก่อให้เกิดรูปแบบสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในชุมชน ที่เกิดจากฐานทรัพยากรชุมชน นอกจากนี้เรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังสอดคล้องกับ ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์ และคณะ (2564) พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตนทางวัฒนธรรม และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว (Administration) การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายการกำหนด และการสร้างโอกาสให้ชุมชนหารายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยว

2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ชุมชนตำบลวันยาวใช้ลักษณะการมีส่วนร่วมระดับชุมชน รวมกันจัดตั้งเป็นองค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการจัดระบบการให้บริการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เรียบง่ายเพื่อให้เกิดความสะดวกและมีมาตรฐาน เดียวกัน มีการจัดสรรรายได้สู่ผู้ให้บริการโดยตรงและกับสมาชิกของชุมชน และชุมชนตำบลวันยาวยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550) นอกจากนี้ทางชุมชนตำบลวันยาว อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ยังสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2549) คือ

1) ชุมชนมีความหลากหลายของผู้เข้าร่วม ความหลากหลายดังกล่าวจะส่งผลให้เสียงของประชาชนมีความหลากหลายมากขึ้น และสะท้อนความต้องการต่าง ๆ ร่วมกันได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และ ยังสร้างความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วม และเกิดแรงใจในการดำเนินการต่าง ๆ อย่างเต็มความสามารถ

2) ชุมชนมีการเข้าถึงสื่อ อย่างเท่าเทียมกัน ข้อมูล ข่าวสารและสื่อ ประเภทต่าง ๆ และมักจะนำไปสู่การที่ผู้เกี่ยวข้องได้พัฒนาความรู้สึกร่วมกันกับ ประเด็นปัญหา เกิดความตระหนักร่วม ความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ ความเสมอภาคให้กับคนในชุมชน

3) ชุมชนมีการปรึกษาหารือ เป็นการที่ผู้เกี่ยวข้อง พุดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทาง ของการเคารพความคิดของทุกฝ่าย

4) ชุมชนมีการสนับสนุน กำหนดบทบาทให้บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วม ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนมีบทบาทต่าง ๆ โดยชุมชนสามารถแบ่งหน้าที่ บทบาทได้อย่างชัดเจน การเคลื่อนไหวความคิดไปสู่การลงมือกระทำต่าง ๆ ร่วมกันอย่างเต็มที่

5) ชุมชนตำบลวันยาว มีกระบวนการเชิงประชาธิปไตย การสื่อสารเป็นการปรึกษาหารือร่วมกัน การพัฒนาความเข้าใจซึ่งกันและกัน หาทางออกต่าง ๆ ร่วมกัน และเป็น การฝึกฝนให้ชุมชนตำบลวันยาวเรียนรู้การจัดการและการพึ่งตนเอง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Singgalen, Y. A., Sasongko, G., and Wiloso, P., G. (2019) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว North Halmahera ประเทศอินโดนีเซีย ที่พบว่า แนวทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการหาแนวทางต่าง ๆ ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนยังมีความกังวลในเรื่องของการลงทุนของหน่วยงานภายนอก ส่วนได้ส่วนเสียในการทำท่องเที่ยวชุมชน ผลประโยชน์ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งเพราะถ้าหากไม่มีความร่วมมือร่วมพัฒนาอย่างจริงจัง อาจเกิดผลเสียต่อแนวทางการใช้ทรัพยากรและระบบนิเวศในอนาคต การแบ่งปันผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกัน ควรมีการสร้างขีดความสามารถของชุมชน และการเสริมอำนาจให้กับชุมชน เพื่อเป็นการแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าว

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ชุมชนวันยาวมีข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เพียงบางส่วน แต่ทางชุมชนได้เรียนรู้จากการประชุมกลุ่มเพื่อรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) และมีการพัฒนากิจกรรมยกระดับการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2562) นอกจากนี้ทางชุมชนตำบลวันยาวได้มีการพูดคุยประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมโดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ (ฉันทยา พรหมบุรณย์ และ นฤมล กิมภากรณ์, 2558)

ระยะก่อนให้บริการ ชุมชนได้มีการเตรียมสถานที่ เตรียมกิจกรรมเพื่อที่จะให้เกิดคุณค่าและเกิดประสบการณ์จากนักท่องเที่ยว จะเห็นได้จากการประชุมที่มีการวิเคราะห์ วางแผนจัดสถานที่ที่เหมาะสม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะทำ จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบ รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่ชุมชนนั้นสามารถทำได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์

ระหว่างการใช้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญ นอกจากชุมชนจะมีการวางแผนการท่องเที่ยว ทางชุมชนได้มีการทดลองในการท่องเที่ยวตามเส้นทางที่วางไว้ เพื่อจะได้ปรับปรุงพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ ความสะดวกในการเดินทาง ปราชญ์ชาวบ้าน ไกด์นำเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร สามารถที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่

หลังการใช้บริการ ชุมชนได้มีการวางแผนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน เมื่อท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนด เช่น การถ่ายรูปแชร์สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนวันยาว โดยทางชุมชนมีรางวัลให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการบอกต่อ และกลับมาเที่ยวใหม่

จะเห็นได้ว่าชุมชนวันยาว ตำบลขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี เมื่อมีความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ทางชุมชนเองมีความสนใจและอยากจะทำแผนการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นไปตามแนวทางของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ถึงแม้ว่าจันทบุรีจะเป็นจังหวัดที่ไม่ได้อยู่ในเขตการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) แต่อยู่ในเส้นทางรถไฟความเร็วสูงของภาคตะวันออก เชื่อมต่อ 3 สนามบิน ระยะที่ 1 ฝั่งตะวันออกของสนามบินอู่ตะเภา ผ่านสถานีรถไฟบ้านฉาง เข้าสู่สถานีระยอง ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 3574 (ระยอง-บ้านค่าย) ห่างจากสี่แยกเกาะลอย ประมาณ 3 กิโลเมตรจากนั้นแนวเส้นทางจะมุ่งหน้าสู่ อ.แกลง เข้าสู่สถานีแกลง ซึ่งตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 344 (ชลบุรี-แกลง) ห่างจากสามแยกแกลง ประมาณ 2 กิโลเมตร วิ่งตามแนวเส้นทางรถไฟทางคู่บางช่วงผ่านอ.นายายอาม อ.ท่าใหม่ เข้าสู่สถานีจันทบุรี ซึ่งตั้งอยู่บริเวณแยกเขาไระยา ผ่าน อ.เมืองจันทบุรี อ.มะขาม อ.ขลุ้ง จ.จันทบุรี เข้าสู่ อ.เขาสมิง และมาสิ้นสุดโครงการบริเวณสถานีตราด รวมระยะทางประมาณ 190 กิโลเมตร ถือว่าเป็นโอกาสที่สำคัญในการเตรียมความพร้อมของชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตามนโยบายของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) และยังสามารถเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ จิรัชญา งามเลิศนัย, คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และ อังสุมาลิน จำนงชอบ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเรือสำราญในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

4. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลวันยาว อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสรุปเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวชุมชนตำบลวันยาว อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี ดังนี้

- 1) ชุมชนควรมีการประชุม บอกกล่าวสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เพื่อสร้างความเข้าใจและความจำเป็นในการทำการท่องเที่ยวชุมชน
 - 2) สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ในการจัดกิจกรรม
 - 3) การจัดกิจกรรมควรเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนวันยาว หรือ เป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่น และเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยที่สร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น
 - 4) ควรจัดให้มีการประมวลผล ประโยชน์ในเชิงสุขภาพหลังจากที่มีการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกทางหนึ่งด้วย
 - 5) ชุมชนควรมีการติดตาม ประเมินผลนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีในชุมชนต่อไป
- ซึ่งสามารถสรุปเป็นเส้นทางในการท่องเที่ยวชุมชนตำบลวันยาวเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ดังนี้
- จุดที่ 1 เริ่มต้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลวันยาว เปิดแอปพลิเคชัน วัดพลังงานที่ใช้ก่อนเริ่มการท่องเที่ยว หลังจากนั้นให้นักท่องเที่ยวได้ทำความรู้จักกับ มะปืด พืชท้องถิ่น บอกสรรพคุณ และให้นักท่องเที่ยวได้เดินชมสวนมะปืด พร้อมทั้งปลูก และเดินทางด้วยซาเล้งของชุมชนไปที่ สะพานไม้ไผ่ หมู่ที่ 4

จุดที่ 2 นักท่องเที่ยวเดินทางถึง สะพานไม้ไผ่ หมู่ที่ 4 ระหว่างทางให้เก็บเมล็ดพันธุ์โกกงทางไปปลูกที่จัดเตรียมไว้ เมื่อปลูกเสร็จทำความสะอาดร่างกายและนั่งเรือชมฟาร์มหอย ดูเหยี่ยว

จุดที่ 3 นักท่องเที่ยวขึ้นเรือไปถึงฟาร์มหอยนางรมให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บ แกะ หอยนางรม หลังจากนั้นไปฟาร์มหอยแครงให้นักท่องเที่ยวได้คราดหอยแครง ทำความสะอาดร่างกายเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี และให้นักท่องเที่ยวชมเหยี่ยวแดง โดยที่ใช้เหยี่ยวที่เตรียมมา หลังจากนั้นนั่งเรือไปยังท่าเรือหมู่ที่ 8

จุดที่ 4 นักท่องเที่ยวถึงท่าเรือ ให้ถ่ายรูปร่วมกับป่าโกงกางเพื่อเป็นภาพที่ระลึกและชมธนาคารปูม้า ทำกิจกรรมเหยี่ยวไขปู บอกประโยชน์เกี่ยวกับธนาคารปูม้าให้นักท่องเที่ยวได้ฟัง และนักกรธชาเล็งกลับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีวภาพวันยาว

จุดที่ 5 เมื่อนักท่องเที่ยวถึงกลุ่มวิสาหกิจชีวภาพวันยาว ให้ต้อนรับด้วยน้ำมะขี้ปี้ด และตรวจพลังงานที่ใช้ไปในการท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าใช้ไปเท่าไร ได้ออกกำลังกายส่วนไหนบ้างเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภาคตะวันออก การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ควรมีเรื่องยกระดับการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว (Value Proposition) เพื่อให้เกิดความประทับใจ การจัดระเบียบและส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลายตามสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งคือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Wellness and Rehabilitation) ที่สามารถแทรกในกิจกรรมของการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความพร้อมและสอดคล้องกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภาคตะวันออก

8. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวชุมชนตำบลวันยาว

1) จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวสุขภาพนั้นเริ่มเข้ามามีบทบาทในการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นทางชุมชนวันยาวอาจมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น สาธารณสุข หรือ อื่น ๆ มาเป็นที่ปรึกษาเพิ่มเติมว่ากิจกรรมในการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นส่งผลอย่างไรกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็ข้อมูลทีนักท่องเที่ยวมีความเชื่อถือเพิ่มขึ้นไปอีก

2) การท่องเที่ยวชุมชนวันยาวควรมีการพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต การทอเสื่อ ให้ดำรงอยู่สืบต่อไป โดยอาจเริ่มจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนในการประชุม ซึ่งจะทำให้เยาวชนนั้นได้รับการยอมรับและอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการทำท่องเที่ยวชุมชนตำบลวันยาวต่อไป

2. ข้อเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยพบว่ามีโครงการหลายโครงการที่หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนวันยาวหลายโครงการที่ทับซ้อนกันอยู่และบางโครงการ ไม่ตอบโจทย์ตามความต้องการของชุมชน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสอบถามความต้องการของชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตำบลวันยาว อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการศึกษาผลของการปฏิบัติตามแนวทางว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

2) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดย ซึ่งเน้นที่ตัวชุมชน ดังนั้นอาจมีการศึกษา

เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวว่ามีความคิดเห็นอย่างไรในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้องกับการพัฒนา
ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

3) ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรนำแนวทางการพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้อง
กับการพัฒนาระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ไปดำเนินการในการวิจัยในพื้นที่อื่นต่อไป

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(2), 9.
- จิรัชญา งามเลิศนัย, คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และ อังสุมาลิน จำนงชอบ. (2564). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงเพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยวเรือสำราญในเขตระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์, 41(4), 104-121.
- ดรชณี เอมพัธุ์. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการโฮมสเตย์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เทศบาลตำบลวันยาว. (2564, 2 มีนาคม). ประวัติความเป็นมา. <http://www.wanyouw.go.th/>
- ธัญยา พรหมบุรุษย์ และ นฤมล กิมภากรณ์, (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมและสุขภาพ
ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(1), 71-87.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วีระพล ทองมา. (2547, 2 มีนาคม). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิต
ของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. <http://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc>.
- ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์ และคณะ. (2564). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปะของกลุ่มจังหวัดล้านนา. วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์
มจร. วิทยาเขตแพร่, 7(1), 75-89.
- สาทิณี วัฒนกิจ และณัฐนิภรณ์ น้อยเสียม. (2565). การศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรม
พื้นที่ลุ่มน้ำปะเหลียน จังหวัดตรัง. วารสารปาริชาติ, 35(1), 187-202
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561, 2 มีนาคม). แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริม
การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. แหล่งที่มา <https://www.eeco.or.th/web-upload/filecenter>
- อัจฉรา สุจา. (2562). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนจากต้นทุนทางวัฒนธรรมของตำบลต้นเปา
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. <https://library.cmu.ac.th/>
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls
in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.
- Singalen. Y. A., Sasongko. G., and Wiloso. P., G. (2019). Community participation in regional tourism development:
a case study in North Halmahera Regency – Indonesia. *Insights into Regional Development*, 1(4), 318-333.
- Tolkach, D., King, B., & Pearlman, M. (2015). An attribute-based approach to classifying community based
tourism networks. *Tourism Planning & Development*, 10(3), 319-337.
- Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable
land and resource use practices in a national park milieu. *Land Use policy*, 88(1), 1-13.

ทวิภาวะ : การสนธิของผู้ส่งสารและสิ่งรบกวนของการสื่อสารด้วยการแต่งหน้า
ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

DUALITY: CONNECTION BETWEEN SENDERS AND NOISES IN COMMUNICATION
BY MAKEUP OF FACEBOOK INFLUENCERS

กฤษณ์ คำนนท์¹

Krit Kamnon

Article History

Received: 24-02-2021; Revised: 10-04-2021; Accepted: 14-10-2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของผู้ส่งสาร และสิ่งรบกวนทางการสื่อสาร ที่เข้ามามีบทบาทในกำหนดความหมายของการแต่งหน้า ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า สิ่งรบกวน (Noise) มิได้เป็นแค่เป็นตัวขัดขวางการสื่อสารเฉกเช่นเดิมอีกต่อไป แต่สิ่งรบกวนสามารถแปลงสภาพบทบาทของตัวเองเป็นบริบท (Context) และรหัส (Code) และต่างมีส่วนร่วมในกำหนดความหมาย ของการแต่งหน้าเกิดขึ้นได้ โดยได้เกิดการซ้อนทับกัน ในบทบาทขององค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งทำให้เกิดการเพิ่มพูนทางการสื่อสาร (Extra Communication) ทั้งนี้ยังพบว่า สิ่งรบกวนยังมีฐานะเป็น “ปรสิตรสื่อสาร” (Paracommunication) ที่เข้ามามีบทบาทในการสร้างสุนทรียศาสตร์ และช่วยให้การสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าสามารถบรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (Mutual Understanding)

คำสำคัญ: ทวิภาวะ; ผู้ส่งสาร; สิ่งรบกวน; การสื่อสาร; การแต่งหน้า; ผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ABSTRACT

This article aimed to analyze the roles of senders and noises in communication by the makeup of Facebook influencers. The analysis results showed that the noise character was a channel interrupter; furthermore, it was converted to become contexts and codes. That combination designated the meaning of

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Asst.Prof., Ph.D., Division of Communication Arts, Faculty of humanities and social sciences, Sisaket Rajabhat University

E-mail: web_webmaz@live.com *Corresponding author

makeup by overlapping communication elements which collaboratively caused extra communication. Moreover, the noise was a paracommunication playing role of aesthetics to assist the communication by makeup for mutual understanding.

Keywords: Duality; Sender; Noise; Communication; Makeup; Influence

1. บทนำ

สื่อใหม่อันทันสมัยในโลกดิจิทัลไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่อำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต และเพิ่มอัตราความเร็วในการสื่อสารให้กับเราเท่านั้นแต่ยังเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรม และแบบแผนในการดำรงชีวิต รวมทั้งยังเปลี่ยนมุมมองวิธีคิดวิธีการมองโลก รวมทั้งค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้อีกด้วย เด็กและเยาวชนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีในโลกดิจิทัลสมัยใหม่ (Digital Generation) จึงมีมุมมองเกี่ยวกับโลก สังคม และวัฒนธรรม แตกต่างออกไปด้วยสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการมองโลก และการกำหนดแบบแผนพฤติกรรม ค่านิยมทางสังคม รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนของเขา กับผู้อื่นผ่านโลกดิจิทัล (ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอเค และกฤษณ์ท แสนทวี, 2562)

สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นหลังจากการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ คือ ได้เกิดผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่มีบทบาทต่อผู้ใช้ในสื่อออนไลน์ ในนี้คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในการกำหนดค่านิยม (Value) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้เกิดผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีความน่าเชื่อถือ หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และรวมไปถึงบุคคลธรรมดาที่เป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ด้วยวิธีที่แปลกใหม่ โดดเด่น สะดุดตา หรือหา และน่าสนใจ

เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดทั้งในประเทศไทยและในระดับโลก ซึ่งผลการสำรวจในปี 2018 ที่ผ่านมาจาก We Are Social ดิจิทัลเอเจนซีชื่อดังในสิงคโปร์โดย ในระดับโลกนั้นพบว่า เฟซบุ๊กมีผู้ใช้งานสูงถึง 2,167 ล้านคน ในประเทศไทยมีผู้ใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ 51 ล้านคน โดยใช้เฟซบุ๊กโดยเฉลี่ย 75% เมื่อมีการเปิดให้บริการแพร่ภาพสดของเฟซบุ๊กที่ เรียกว่า “เฟซบุ๊กไลฟ์” (Facebook Live) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559 ผู้ใช้เฟซบุ๊ก ได้นำ คุณสมบัติด้านการแพร่ภาพสดมาใช้ในการขายสินค้า (วิศิษฐ์ เกตุรัตนกุล และคณะ, 2562)

ในกระแสของการสื่อสารบนโลกยุคดิจิทัลได้ปรากฏให้เห็นการแสดงตัวตน (Self-Expression) ด้วยการแต่งหน้าของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไปจนกลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ (Micro Influencers) จากประเด็นดังกล่าวจึงปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่น่าสนใจว่า การสื่อสารการแต่งหน้าของผู้มีอิทธิพลทางความคิดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ในสื่อสังคมออนไลน์ ได้มีการนำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารตัวได้มาปรับเปลี่ยน (Adaptation) ใช้เพื่อการแสดงตัวตนในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้น

บทความนี้มุ่งวิเคราะห์บทบาทของผู้ส่งสารและสิ่งรบกวนทางการสื่อสารที่ เข้ามามีบทบาทในกำหนดความหมายของการแต่งหน้า ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อทลายบทบาทขององค์ประกอบของการสื่อสาร คือ สิ่งรบกวน ที่ไม่ได้มีบทบาทที่สถิตเสถียรในยุคหลังสมัยใหม่ ทั้งนี้ยังสามารถนำเอาองค์ความรู้ไปต่อยอดในด้านการผลิตชิ้นงานด้านนิเทศศาสตร์ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดความโดดเด่นได้ท่ามกลางการแข่งขันของสื่อในยุคหลังสมัยใหม่

ตัวตนของการสื่อสาร : การประกอบสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าที่อุปบัติจากผู้ส่งสารและสิ่งรบกวนการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์

เฟซบุ๊ก ไลฟ์ (Facebook Live) มีคุณสมบัติพิเศษ คือ สามารถทำการ “ถ่ายทอดสด” ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านไทม์ไลน์ (Timeline) เป็นการนำเสนอในรูปแบบผ่านวิดีโอในลักษณะฉับพลันทันที (Real Time) โดยผู้รับสารที่เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถร่วมชมการถ่ายทอดสดผ่านวิดีโอในขณะนั้น พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นด้วยการพิมพ์ข้อความหรือส่งอีโมติคอนแสดงอารมณ์ความรู้สึก ทั้งนี้เมื่อสิ้นสุดการถ่ายทอดสดผ่านวิดีโอ ผู้ใช้งานสามารถบันทึกวิดีโอหรือสามารถลบออกได้ ดังนั้น เฟซบุ๊ก ไลฟ์ จึงกลายเป็นพื้นที่แห่งการดำเนินกิจกรรมทางการสื่อสารที่ในฐานะ “สังคมเสมือนจริง” (Virtual Community)

ยุคปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารเสมือนจริง (Virtual Community) โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นสื่อกลาง โดยที่การสื่อสารเสมือนจริงนี้ด้านหนึ่งก็เป็นการรื้อฟื้นรูปแบบการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-To-Face Communication) ขึ้นมาใหม่ เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสนทนาพูดคุยกันได้แบบตัวต่อตัว แต่มีข้อที่แตกต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าอย่างเดิมก็คือ เป็นการเผชิญหน้ากัน ในโลกของคอมพิวเตอร์ (Cyberspace) ไม่ใช่โลกทางกายภาพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

สังคมเสมือนจริงจึงเปรียบเสมือนพื้นที่แห่งการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้ทำให้มนุษย์สามารถก้าวข้ามผ่านขีดจำกัดในข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา โดยผู้ส่งสารที่เป็นปัจเจกบุคคลสามารถสร้างสรรค์เนื้อหา (Creation) ผู้ทำการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถร่วมกันสร้างสรรค์เนื้อหา (Co-creation) การแบ่งปัน (Sharing) ข้อมูลข่าวสาร ได้ตอบการสนทนาได้ (Interactive) การถ่ายทอดข้อมูลต่อไป (Feed Forward) ได้ในเวลาเดียวกันในสื่อยุคดิจิทัล

จากคุณสมบัติพิเศษของเฟซบุ๊กไลฟ์ที่สามารถทำการ “ถ่ายทอดสด” ได้ทำให้บุคคลธรรมดาทั่วไปที่ไม่ได้มีชื่อเสียงมาก่อน ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เป็นพื้นที่ในสร้างตัวตนขึ้น โดยได้รับความนิยมนามมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปในโลกจริงโลกเสมือนจริง หรือโลกความจริงเชิงสมมติ (Hyperreality) ทว่าความมีชื่อเสียงที่ทำให้เป็นที่รู้จักนั้น ล้วนมาจากการสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหา เช่น การนำความสามารถพิเศษ ผู้มีความรู้ (Authorities) หรือผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งเนื้อหาที่ได้สร้างขึ้นมีลักษณะที่ให้ความสำคัญไปที่การสร้าง ขยาย เรังเร้าต่อความรู้สึกและอารมณ์ให้แก่ผู้รับชมเกิดความสะอึกตา อย่างรวดเร็ว และฉับพลันทันใด ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลง (Changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (Adaptive)

อธิฐาน ตั้งอำพัน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความมีชื่อเสียงของตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีชื่อเสียงแต่ละท่านมีวัตถุประสงค์หลัก ในการสร้างชื่อเสียง 2 ประเด็นด้วยกัน คือ ต้องการแบ่งปันความชื่นชอบส่วนตัวให้ผู้อื่นได้ร่วมติดตามและชื่นชมผลงาน และมีความตั้งใจสร้างผลงานขึ้นและเผยแพร่เพื่อให้มีผู้ติดตาม เกิดกระแสผู้คนชื่นชอบและนำฐานนิยมที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

“เอแคลร์” หรือนายชาติศักดิ์ มหาทา มีฐานะเป็นบิวตี้บอกร์เกอร์และแอดมินเพจ “จ๊อบปาก” ซึ่งมีวลีดังที่ว่า “จ๊อบปาก: เพจความงามบันเทิงอันดับ 1 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” โดยลักษณะของเพจมุ่งนำเสนอความบันเทิงและความงาม โดยมีการสร้างสรรค์และนำเสนอเนื้อหา (Content) เกี่ยวกับการแต่งหน้าผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์ ด้วยการใช้ภาษาที่ฟังง่าย ท่วงทำนองการพูดที่สะดุดหูและหยิกแกมหยอก โดยสามารถสร้างเสียงหัวเราะและได้รับความสนใจจากผู้ชม โดยการแต่งหน้าใน “เพจจ๊อบปาก” เป็นกระบวนการสื่อสารในลักษณะของความสนุกสนานก่อนรูปแบบ “Form follows fun” (Schneider, 2005)

การแต่งหน้ามีลักษณะเป็นตัวสื่อ (Media) ซึ่งทับซ้อนอยู่เบื้องหน้าซึ่งมีลักษณะเป็นตัวสื่อ (Medium) ซึ่งการแต่งหน้ายังสามารถถ่ายทอดความหมายในฐานะตัวสาร (Message) ในการแต่งหน้าผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์ จึงเป็นการทับซ้อนระหว่างตัวสื่อและตัวสารในลักษณะที่เรียกว่า “สื่อก็คือสาร” (McLuhan, 1964)

เมื่อเราพิจารณาและเข้าใจว่าการแต่งหน้าเป็นตัวสื่อและในเวลาเดียวกันก็เป็นตัวสาร เราจะเห็นว่าเมื่อเปลี่ยนแปลงสื่อความหมายที่ถูกถ่ายทอดออกมา ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย “ตัวสื่อหรือรูปแบบของสื่อ” (Media/Form) สามารถกำหนดความหมายของ “ตัวสารหรือเนื้อหาของสาร” (Content) ดังนั้น ตัวสื่อถือได้ว่ามีพลังอำนาจมากกว่าตัวสาร โดยสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องรูปแบบของ Ducan (1993) (อ้างถึงใน ฤกษ์ ทงเลิศ. 2554) กล่าวว่า รูปแบบเป็นพื้นฐานของการแววอน (Appeal) และการโน้มน้าวใจได้ดีกว่าเนื้อหาที่ชัดเจน ทั้งนี้รูปแบบเป็นตัวนำสู่การเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับประสบการณ์ของผู้รับสาร

ทั้งนี้การแต่งหน้ามีฐานเป็นตัวสื่อ ซึ่งสื่อในแต่ละประเภทจะมีธรรมชาติ คุณลักษณะของสื่อและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Audience's Participation) (McLuhan, 1964) เมื่อเทียบเคียงแล้วพบว่า การแต่งหน้าผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์ มีคุณลักษณะเป็นสื่อร้อน (Hot Media) คือ ในขณะที่มีการถ่ายทอดสด (Live) ผู้แต่งหน้าจะเปิดโอกาสให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมหรือแสดงจินตนาการเพิ่มเติมได้เพียงเล็กน้อย

สำหรับผู้ทำการสื่อสารในยุคดิจิทัลล้วนสามารถสลับบทบาทเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารตามจังหวะ (Punctuation) ของการสื่อสาร โดยผู้ทำการสื่อสารมีการโต้ตอบการสนทนากันหรือตลอดเวลาในขณะที่การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เมื่อพิจารณาถึงผู้รับสารและปฏิกิริยาตอบกลับ (Feed Back) คือ คำวิจารณ์หรือคำชื่นชมขณะที่มีการแต่งหน้า ซึ่งทั้งสองอาจมีผลในระดับน้อยต่อการกำหนดความหมายของการแต่งหน้า โดยองค์ประกอบดังกล่าวทำได้เพียงแค่บทบาทและหน้าที่ของตนเองเท่านั้น ในส่วนของผู้แต่งหน้าหรือผู้ส่งสาร (Communicator) กลับมาสมบทบาทในการจัดการความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นในทุก ๆ ครั้งที่มีการแพร่ภาพบนเฟซบุ๊ก ไลฟ์

ทั้งนี้จากแบบจำลองการสื่อสารของ (Shannon and Weaver, 1949) ที่ได้นำเสนอว่า “สิ่งรบกวน” การเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร โดยขัดขวางมิให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ดังเช่น (พงษ์ วิเศษสังข์, 2548) (อ้างถึงใน ภูวนิธ ศรีเกษมสุข, 2562) กล่าวว่า สิ่งรบกวนคือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจไม่ถูกต้องต่อตัวสารที่ผู้ส่งสารส่งไป เนื่องจากส่งผลทำให้ผู้รับสารตีความคลาดเคลื่อนไปจากเดิม หรือเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันสามารถแบ่งสิ่งรบกวนได้เป็น 3 ลักษณะ คือ 1. สิ่งรบกวนทางกายภาพ (Physical/External Noise) เป็นสิ่งรบกวนที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นได้ยิน หรือเป็นตัวกระตุ้นที่ดึงความสนใจของเราไปจากข่าวสารได้ 2. สิ่งรบกวนทางจิต (Psychological/Internal Noise) เป็นสิ่งรบกวนที่เกิดขึ้นภายในตัวของผู้รับสารเอง ผ่านกระบวนการคิดและจิตใจ ขัดขวางต่อการตีความ หรือทำความเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารกำลังส่งมา 3. สิ่งรบกวนทางความหมาย (Semantic Noise) เป็นการตีความในสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารไม่เหมือนกัน ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน เนื่องจากการรับรู้ ประสบการณ์ของคนเราไม่เหมือนกัน

ในการสื่อสารยุคดิจิทัล สิ่งรบกวนอาจไม่ได้มีบทบาทเพียงด้านเดียว แต่อาจมีบทบาทช่วยทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จก็ได้ จากปรากฏการณ์การแต่งหน้าของ “เพจจ๊อบปาก” ได้นำสิ่งรบกวน คือ การแต่งหน้าที่มีลักษณะหนาหรือบางมากกว่าปกติ เช่น การปิดแก้มด้วยบลัชออนสีมันวาว การทาใต้ตาด้วยสีเขียวเข้ม หรือการทาปากด้วยสีส้มสะท้อนแสง จากลักษณะดังกล่าวเป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นว่า สิ่งรบกวนได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้า โดยทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและยอมรับได้ของสมาชิกในสังคม ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 1

ลักษณะการแต่งหน้าของเพจจ๊อปปาก

ที่มา: <https://www.youtube.com/user/chatsak> (2563)

จากลักษณะที่กล่าวมาในเบื้องต้นชี้ชัดให้เห็นว่า ผู้ส่งสารและสิ่งรับกวนได้แปลงสภาพสมบัตินของตนเองเป็นบริบท (Context) และรหัส (Code) ที่ทำหน้าที่จัดการความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน โดยองค์ประกอบทั้งสองล้วนมีผลต่อการกำหนดความหมายการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นในแต่ละไลฟ์ ทำให้เห็นตัวตนของการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยการสื่อสารได้เกิด “ทวิภาวะ” ภาวะแรกลักษณะของการสื่อสารอะไร คือ การแต่งหน้าในแต่ละตอน และอีกภาวะเป็นภาวะของการสื่อสารอย่างไร คือ นำเสนอและอธิบายการแต่งหน้าในขั้นตอนต่างๆ โดยทั้งสองสภาวะนี้ไม่อาจจะแยกขาดออกจากกันได้ และดำรงอยู่ร่วมกันในลักษณะปฏิสัมพันธ์แบบพึ่งพากัน (Mutualism)

สำหรับปรากฏการณ์การสื่อสารการแต่งหน้าในเพจจ๊อปปากได้แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของการสื่อสารต่าง ๆ คือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ตัวสื่อ ตัวสาร รหัส บริบท ปฏิกริยาตอบกลับ และสิ่งรบกวน ล้วนสามารถเปลี่ยนแปลงสภาพและสมบัตินที่นอกเหนือจากตัวมันเองได้เสมอ โดยการสื่อสารเกิดขึ้นมีลักษณะเป็นการควมรวม (Convergence) ทางการสื่อสาร ซึ่งมีระดับความมากมายแตกต่างกันออกไป ฉะนั้นเมื่อโลกแห่งการสื่อสารก้าวสู่ยุคดิจิทัล ทำให้เห็นว่าสิ่งรบกวนมิได้เป็นตัวขัดขวางการสื่อสารเฉกเช่นดั้งเดิมอีกต่อไป แต่สามารถช่วยส่งเสริมให้การสื่อสารนั้นเกิดความชัดเจนและความสมบูรณ์อันนำไปสู่การประสบความสำเร็จของการสื่อสารได้

ทั้งนี้ในการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าในเพจจ๊อปปากได้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของการสื่อสารต่าง ๆ ที่สามารถแปรเปลี่ยนและกลับกลายเป็นสิ่งรบกวนได้เสมอ เช่น ตัวสารตัวเดียวกันอาจเป็นสารของผู้รับสาร และในขณะเดียวกันก็อาจกลายเป็นสิ่งรบกวนของผู้รับสารคนอื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความคลุมเครือเป็นอย่างยิ่ง ฉะนั้นการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าในเพจจ๊อปปากจึงเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นพลวัต ซึ่งนั่นก็ได้แสดงให้เห็นถึงตัวตนของการสื่อสาร

จากลักษณะการแต่งหน้าในเพจจ๊อปปากทำให้เห็นตัวตนของผู้ทำการสื่อสาร โดยสามารถแสดงออกบทรบชาติได้อย่างหลากหลายในเวลาเดียวกัน ซึ่งการแสดงอัตลักษณ์มีลักษณะที่ไม่ชัดเจน เสมือนงานศิลปะที่มีการปะติดปะต่อเข้าด้วยกัน ทำให้เราเห็นตัวตนของผู้ทำการสื่อสาร ที่ได้แสดงบทรบชาติได้อย่างหลากหลายและซับซ้อนตามแต่ละไลฟ์ ซึ่งล้วนเป็นความจริงในแบบของตนเองซึ่งเป็นที่ยอมรับกันได้ในสังคม โดยไม่จำเป็นต้องความจริงใด ๆ อีกต่อไป ดังเช่นที่ ศิริชัย ศิริกายะ (2558) กล่าวว่า ความมีตัวตน (Self) ของ

ตัวผู้ทำการสื่อสารเองซึ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ที่ไม่มีความชัดเจน ตัวตนในยุคนี้นี้พิจารณาจากบทบาทที่แสดงออกมาเท่านั้น และสามารถแสดงออกมาได้หลายบทบาทในเวลาเดียวกันเป็นเรื่องที่ยอมรับกันได้ เพราะฉะนั้นภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของความเป็นตัวตนในแต่ละบทบาทที่แสดงออกมาจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ดังนั้นในทุกครั้งที่เกิดการแต่งหน้าในเพจจ๊อบปากฉ่ำแสดงออกให้เห็นถึงตัวตนของการสื่อสารที่มีพลวัต ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความตื่นตาตื่นใจและกลายเป็น “วัฒนธรรมแห่งรสนิยม” เป็นกลุ่มของเนื้อหาสื่อที่คล้ายคลึงกันโดยคนกลุ่มเดียวกันเกิดความนิยมชมชอบ ซึ่งเป็นการสร้างกลุ่มทางรสนิยมทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในอีกรูปแบบหนึ่ง ดังเช่น อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2550) กล่าวว่า กลุ่มรสนิยมทางวัฒนธรรม (Taste Culture) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นเพราะความชื่นชอบเนื้อหาแนวใดแนวหนึ่ง หรือรูปแบบของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง หรืออาจนิยมดารา นักร้อง คนใดคนหนึ่งร่วมกัน หรือชอบสไตล์ของนักเขียน ศิลปิน คนใดคนหนึ่งเป็นการเฉพาะ ในมุมมองนี้ผู้เขียนมองว่า กลุ่มรสนิยมทางวัฒนธรรม เป็นเรื่องของความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถเกิดขึ้นแล้วอาจจางหายไปได้

นอกเหนือจากนั้นการแต่งหน้าในแต่ละครั้งจึงเป็นการลอกเลียนแบบหรือการทำเทียม (Simulation) จากภาพยนตร์ (Simulacra) ที่เป็นแรงจูงใจและผลักดันให้ “แอคเลอร์” เจ้าของเพจจ๊อบปากฉ่ำที่มีฐานะเป็นศิลปินผู้รังสรรค์ผลงานการแต่งหน้าขึ้นมา เพื่อทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และความบันเทิงอันทำให้เกิดกระแสความนิยม อันนำไปสู่การสร้างมูลค่าและรายได้ โดยเป็นการสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นในโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่นำไปสู่การบริโภคได้ในยุคปัจจุบัน ดังที่ Walter Benjamin (1933) กล่าวว่า ภาระที่หนักอย่างหนึ่งของผลงานทางศิลปะ คือ การสร้างรังสรรค์ความต้องการให้เกิดขึ้น ก่อนจะถูกเติมเต็มด้วยความพึงพอใจในเวลาต่อมา ดังนั้นการที่จะสร้างเนื้อหาสื่อให้มีความน่าสนใจจึงเป็นเรื่องท้าทายในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัลที่นำศึกษาต่อไป

สังรบทวนการสื่อสาร : ประสิทธิภาพของการสื่อสารจากการแต่งหน้าในสื่อออนไลน์

ในทางปรสิตวิทยา (Parasitology) ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิต 2 ชนิด ที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ภาวะการดำรงชีวิตร่วมกันของสิ่งมีชีวิต (Biological Association) เป็นความสัมพันธ์ที่พบเห็นได้ทั่วไปและเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยพบทั้งภายในและภายนอกของระบบนิเวศ โดยมีลักษณะที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้ 1. ภาวะพึ่งพา (Mutualism) เป็นความสัมพันธ์ที่สิ่งมีชีวิตสองชนิดจำเป็นต้องอาศัยร่วมกัน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายร่วมกัน 2. ภาวะเกื้อกูล (Commensalism) เป็นความสัมพันธ์ที่สิ่งมีชีวิตสองชนิดอยู่ร่วมกันโดยฝ่ายหนึ่งได้รับประโยชน์จากการอยู่ร่วมกัน ส่วนสิ่งมีชีวิตอีกฝ่ายหนึ่งไม่เสียประโยชน์ และก็ไม่ได้รับประโยชน์แต่อย่างใด 3. ภาวะปรสิต (Parasitism) เป็นความสัมพันธ์ที่สิ่งมีชีวิตสองชนิดโดยฝ่ายหนึ่งได้รับประโยชน์ เรียกว่า ปรสิต (Parasite) ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งเสียประโยชน์ เรียกว่า ผู้ถูกอาศัย (host) (วรันธร บุญพิทักษ์, 2551)

ในแนวคิดของ Gerard Genette (1997) (อ้างถึงใน ริรินดา เต็มไทยมงคล, 2552) ได้กล่าวถึง “Paratextuality” ว่าเป็นการให้ความสำคัญกับการแทรกหรือ โผล่เข้ามาของตัวบท ซึ่งสามารถช่วยกำหนดทิศทาง หรือควบคุมการรับรู้ตัวบทนั้นของผู้อ่านได้ การผ่านเข้ามาของตัวบทในลักษณะนี้ประกอบด้วยแบบ Peritext และ Epitext ถึงแม้แนวคิดเรื่อง Paratextuality เป็นการศึกษาลักษณะของปรสิตตัวบทเฉพาะในงานเขียน แต่ผู้เขียนได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเทียบเคียง เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงการแต่งหน้าที่มีฐานะเป็นตัวบท (Text) ได้เช่นเดียวกัน

จากแนวคิดเรื่อง Paratextuality มาเทียบเคียงกับลักษณะการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์ โดยการแต่งหน้ามีฐานะเป็น “ตัวบท” (Text) หรือ “ตัวสาร” (Message) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ทำการสื่อสารที่มีฐานะเป็นผู้ส่งสาร โดยตัวสารเกิดจากการประกอบสร้างขึ้นจากการผสมรวมจากเครื่องหมายต่างๆ/สัญญาณ (Sign) โดยการผสมรวมของเครื่องหมายจากองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ เช่น สี เส้น แสง เงา น้ำหนัก รูปทรง รูปร่าง และลักษณะผิว ร่วมกับโครงสร้างของการแต่งหน้า ในที่นี้คือ ขั้นตอนของการแต่งหน้า ได้แก่ 1. การรองพื้น 2. การไฮไลท์ 3. การเชดดิ้ง 4. การทาแป้งฝุ่น 5. การเขียนคิ้ว 6. การปิดมัสคาร่าคิ้ว 7. การเขียนขอบตา 8. การทาอายแชโดว์ 9. การปิดมัสคาร่า 10. การติดขนตาปลอม 11. การปิดแก้ม และ 12. การทาปาก โดยในการ

แต่งหน้าในเพจจีโอปากมีลักษณะที่เรียกว่า “ปรสติดการสื่อสาร” (Paracommunication) คือ ลักษณะการแต่งหน้าที่ใช้องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะและโครงสร้างของการแต่งหน้าที่มากกว่าหรือน้อยกว่าภาวะปกติ

Gerard Genette ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวบทหรือ “Transtextuality” ในเรื่อง Paratext: Thresholds of Interpretation (1997) ในความคิดของ Genette ในเรื่องปรสติดของตัวบท (Paratextuality) นั้นให้ความสำคัญกับการโผล่หรือการแทรกขึ้นมาของตัวบท ซึ่งช่วยกำหนดทิศทางหรือควบคุมการรับรู้ของตัวบทนั้นของผู้อ่านได้ การผ่านเข้ามาของตัวบทในลักษณะนี้ประกอบด้วย Peritext และ Epitext (ชินกฤต อุดมลาภไพศาล, 2550)

เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาเทียบเคียงพบว่า การแต่งหน้าในเพจจีโอปากล้วนเกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทขึ้นกับสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวบท (Peritext) คือ 1. การใช้โครงสร้างของการแต่งหน้าในลักษณะที่มากกว่าหรือน้อยกว่าสภาวะปกติ เช่น การเขียนคิ้วด้วยสีชมพูผสมสีม่วงในระดับที่เข้มมากกว่าปกติ การทาเปลือกตาดำด้วยกลิตเตอร์ที่มีความแวววาวมาการทาเปลือกตาล่างด้วยสีฟ้าเข้ม การปิดโหนกแก้มด้วยไฮไลต์สีขาวโพนบริเวณเหนือหัวคิ้ว ใต้คิ้ว ใต้ตาปลายจมูก โหนกแก้ม เหนือริมฝีปากและคาง การปิดแก้มด้วยสีจากและบาบางมาก และการทาปากมันวาวระยิบระยับมากกว่าปกติ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2

การแต่งหน้าในเพจจีโอปาก



ที่มา: <https://www.youtube.com/user/chatsak> (2563)

ในมิติของปรสติดของการสื่อสารที่เกิดจากการแต่งหน้าในลักษณะของสิ่งที่ปรากฏอยู่รอบนอกตัวบท (Epitext) ซึ่งเกิดการเชื่อมโยงตัวบท (Intertextuality) โดย A.A. Berger (1992) ได้กล่าวไว้ว่า การเชื่อมโยงตัวบทเป็นการสร้างหรือการใช้ตัวบทใหม่ตัวบทหนึ่งจากวัตถุอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวบทเดิมที่มีอยู่แล้ว โดยผู้ชมจะต้องรู้จักกับตัวบทดั้งเดิมด้วยจึงจะสามารถทำให้เกิดการเชื่อมโยงความหมายให้เกิดความเข้าใจได้

จากแนวคิดช่วยให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าปรสติดของการสื่อสารที่อยู่รอบนอกตัวบท คือ การแต่งหน้าที่มีลักษณะเป็นตัวบทใหม่ที่มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวบทดั้งเดิม คือ การแต่งหน้าในรูปแบบของอุปรากรจีน โดยปรากฏในลักษณะของการอ้างอิง (Quotation) และการทิ้งร่องรอย (Trace) เช่น การใช้สีแดงบริเวณเปลือกตา หรือการใช้เส้นเฉียงทแยงมุมสีดำในการเขียน

คิว เช่นเดียวกับ Goddard Angela (2002: 51) ที่ได้กล่าวถึงการเชื่อมโยงตัวบทในงานโฆษณาโดยชี้ชัดว่า ตัวบทแรกเริ่มหรือตัวบทดั้งเดิมที่ถูกอ้างอิงนั้นจะปรากฏให้เห็นว่ามีการทิ้งร่องรอยไว้ในตัวบทที่สองหรือตัวบทที่เกิดขึ้นใหม่ โดยทำให้เราสามารถเชื่อมโยงความหมายที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้นเชื่อมโยงตัวบทกับการแต่งหน้าของอุปรากรที่เกิดขึ้นจึงถูกนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายถึง “ความมีพลังอำนาจ” ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 3

การแต่งหน้าในลักษณะอุปรากรจีน



ที่มา: <https://www.youtube.com/user/chatsak> (2563)

ภาพที่ 4

การแต่งหน้าของอุปรากรจีน



ที่มา: ปรีดา อัครจันทโชติ (2557: 201)

การแต่งหน้าในลักษณะอุปารกรจินเป็นการผลิตซ้ำจากการลอกเลียนแบบที่มีการเชื่อมโยงกับตัวบทดั้งเดิม คือ “การแต่งหน้าของอุปารกรจิน” ซึ่งการลอกเลียนแบบ จนกลายเป็นความจริงเชิงสมมุติ (Hyperreality) ที่ได้ลบเลือนความแตกต่างระหว่างความจริง (Real) กับสิ่งที่ปรากฏให้เห็น (Appearance) โดยถือเป็นการดำรงรักษาไว้ซึ่งความเป็นหนึ่งองงานต้นแบบ (Original) นั่นคือ การเพิ่มคุณค่าให้กับความจริงของต้นแบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ James Elkins (1993) กล่าวว่า งานชิ้นแรกจะแสดงความหมาย โดยแสดงนัยยะแฝงที่อ้างอิงถึงตัวของมันเอง ทว่างานที่เกิดขึ้นจากการผลิตซ้ำครั้งต่อ ๆ ไป ก็จะอ้างอิงไปถึงงานที่เป็นครั้งแรกเสมอ

ทั้งนี้การแต่งหน้าในเพจจีโอปากเป็นการสื่อสารที่อาศัยการเหมือนกันของสิ่งสองสิ่ง เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจถึงสิ่งเดียวกันกับสิ่งที่ต้องการอ้างอิง ในลักษณะที่เรียกว่า “สมสัณฐาน” เฉกเช่นที่ McCroskey (1976: 64-65) กล่าวว่า การสมสัณฐาน (Isomorphism) เป็นระดับของสิ่งสองสิ่งมีความเหมือนกัน การสมสัณฐานมีการอ้างอิงกับถึงระดับที่รหัสสารมีความเหมือนกับสิ่งที่รหัสสารได้นำมาเสนอแทน ยิ่งรหัสสารมีความเหมือนกันสิ่งที่มีมนำมาเสนอมากเท่าเท่าใดนั้น การสื่อสารก็ยิ่งมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

ในการทำความเข้าใจถึง “การสมสัณฐาน” ให้ลึกซึ้งจึงจำเป็นต้องศึกษาถึง “รหัสสาร” โดยสามารถจำแนกออกเป็นสองประเภท คือ รหัสตัวสารเชิงเสมือน (Analogical Message Code) และรหัสตัวสารเชิงตรรกะ (Digital Message Code) (John Fisk, 1982) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รหัสตัวสารเชิงเสมือน (Analogical Message Code) เป็นรหัสที่ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) แยกออกจากกันได้ยาก โดยทั้งสองมีลักษณะที่คล้ายคลึงและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบต่อเนื่องกันไป
2. รหัสตัวสารเชิงตรรกะ (Digital Message Code) รหัสที่ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) แยกออกจากกันได้ชัดเจน โดยความหมายระหว่างของสองสิ่งจะเกิดขึ้นก็ด้วยตรรกะของผู้ถอดรหัสที่นำมาจากการเรียนรู้ ความสมเหตุสมผล และข้อตกลงของสมาชิกในสังคมวัฒนธรรม

มิติของรหัสตัวสารเชิงเสมือน (Analogical message code) ในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าในภาพที่ 3 ได้มีความสมสัณฐานกับแต่งหน้าของอุปารกรจิน โดยอาศัยความเชื่อมโยงกับสิ่งที่มีอยู่จริง (Associative) และอ้างอิงไปยังสิ่งที่ถูกนำเสนอแทน (Referent) ฉะนั้นเมื่อชุดรหัสตัวสารของการแต่งหน้ามีความเหมือนกันรหัสตัวสารของสิ่งที้นำเสนอแทนด้วยลักษณะโครงสร้างที่เหมือนกัน เช่น การทาเปลือกตา ทาปาก ปิดแก้มด้วยการใช้สีแดง หรือการเขียนคิ้ว เขียนขอบตาด้วยเส้นเฉียงทแยงมุมสีดำ ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า การสมสัณฐานเชิงโครงสร้าง (Structural Isomorphism)

สำหรับมิติของรหัสตัวสารเชิงตรรกะ (Digital Message Code) เป็นรหัสสารที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น (Arbitrary) ที่มาจากข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกในสังคมวัฒนธรรม ในทุกครั้งที่มีการแพร่ภาพการแต่งหน้าในเพจจีโอปาก ล้วนแล้วแต่ได้นำรหัสตัวสารเชิงตรรกะเข้ามาใช้ เช่น การพูดเพื่ออธิบายการแต่งหน้าขณะที่ทำการถ่ายทอดสดหรือหัวข้อของการแต่งหน้าในแต่ละไลฟ์ โดยมีลักษณะเป็นภาษาถ้อยคำ (Word) ดังนั้นการแต่งหน้าในเพจจีโอปากได้สร้างความหมายของการแต่งหน้าโดยอาศัยรหัสตัวสารเชิงเสมือน (Analogical message code) ร่วมกับการใช้รหัสตัวสารเชิงตรรกะ (Digital Message Code) และคำอธิบายสัญลักษณ์ (Legend) เช่น การอธิบายการแต่งหน้า หรือหัวข้อของการไลฟ์สด ซึ่งสามารถช่วยในการลดความคลุมเครือทางการสื่อสารและทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนั้นการแต่งหน้าในเพจจีโอปากมีการใช้สัญลักษณ์ 2 ชนิด คือ สัญลักษณ์ (Iconic) และสัญลักษณ์ (Symbolic) โดยลักษณะของการถ่ายทอดด้วยสัญลักษณ์ (Iconic Representation) มีความเหมือนโดยตรงกับสิ่งที่การแต่งหน้าที่ถ่ายทอดความหมายหรือพรรณนาถึง (Describe) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการแต่งหน้าของจี๊วหรืออุปารกรจิน ในมิติของการถ่ายทอดด้วยสัญลักษณ์นั้น ความหมายที่จะเกิดขึ้นได้ล้วนเกี่ยวข้องและขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมวัฒนธรรม ในลักษณะที่เรียกว่า สัญลักษณ์ที่เป็นธรรมเนียม

ปฏิบัติ (Conventional Symbols) ของการแต่งหน้าอุปการจัน เช่น การใช้สี เส้น แสง เงา รูปทรง รูปร่างและพื้นผิว ดังนั้นในการสร้างความหมายของการแต่งหน้า ก็ต้องอาศัยสัญลักษณ์ทั้งสองชนิดนี้เป็นธรรมเนียมปฏิบัติในการจัดการความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้น

2. สรุป

การแต่งหน้าในเพจจิปาก เป็นกระบวนการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงการซ้อนทับของความสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นระหว่าง องค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร ตัวสื่อ ตัวสาร บริบท รหัส และปฏิกิริยาตอบกลับ ที่เกิดการควมรวมทางารสื่อสาร โดยทั้งหมดสามารถสลับบทบาท และมีระดับความมากน้อยโดยต่างมีส่วนร่วมกัน ในการจัดการความหมายของการแต่งหน้า ให้เกิดขึ้นได้ โดยได้เกิดการซ้อนทับกันบทบาทขององค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะของการเพิ่มพูนทางารสื่อสาร (Extra Communication)

สำหรับการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าในเพจจิปากได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ “สิ่งรบกวนทางารสื่อสาร” ที่ไม่ได้ถูกต่อตรงให้อยู่ในฐานะ “การเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร” อีกต่อไป แต่อาจเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารที่ช่วยเข้ามาสวมบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นและนำไปสู่การประสบความสำเร็จทางารสื่อสารได้เช่นเดียวกันในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ยิ่งต่อการนำ “สิ่งรบกวนทางารสื่อสาร” ไปปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ในผลิตผลงานสร้างสรรค์งานทางด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป

จากปรากฏการณ์ทางารสื่อสาร ด้วยการแต่งหน้าทั้งหมดที่กล่าวมา เราจะเห็นได้ว่าเกิดความคลุมเครือในบทบาทขององค์ประกอบของการสื่อสารต่าง ๆ ที่สามารถสลับบทบาทการทำหน้าที่ เป็นรหัสในการกำหนดความมากน้อยของความหมายการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ซึ่งมีความแตกต่างจากยุคอนาล็อก สอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสณะเสถียร (2563: 169) กล่าวว่า ความแตกต่างของดิจิทัลเป็นเรื่องของมีหรือไม่มี (Either/Or) ส่วนความแตกต่างของอนาล็อกเป็นเรื่องของไม่มากนักน้อย (More or less) ด้วยเหตุนี้คำตรงข้ามของอนาล็อกมีความชัดเจนตรงที่ปล่อยให้บางสิ่งอยู่ตำแหน่งระหว่างกลางได้ อย่างที่เรามักยกตัวอย่างในเรื่องสีดำกับสีขาว คำตรงข้ามในเชิงอนาล็อก อาจจะเป็นสีเทา ไม่ใช่สีดำและไม่ใช่สีขาว

ดังนั้นปรากฏการณ์การสื่อสารด้วยการในการแต่งหน้าในยุคดิจิทัลอาจจำเป็นต้องใช้ลอจิกฟัซซีตรรกะ (Fuzzy Logic) มาทำความเข้าใจและนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าในยุคดิจิทัล เฉกเช่นที่ ศิริชัย ศิริภายะ (2562: 9) กล่าวว่า การนำเอาตรรกะแบบดั้งเดิมมาใช้กับลักษณะของการสื่อสารในยุคดิจิทัลจึงไม่ได้ผลในการทำความเข้าใจการทำงานขององค์ประกอบทางารสื่อสารเหล่านี้ ดังนั้นลอจิกฟัซซีตรรกะ (Fuzzy Logic) น่าจะเป็นทางออกที่ดีในการนำมาทำความเข้าใจลักษณะการทำงานขององค์ประกอบการสื่อสารในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). *การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทศนะของ Habermas มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2554). *การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยภู อัครศรีวร นากาโอเค และ กฤษณ์ท แสนทวิ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อดิจิทัล ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 7(1), 55-64.

- ชินกฤต อุดมลาภไพศาล. (2550). การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการสื่อสารเชิงกราฟิกสำหรับงานโทรทัศน์เฉพาะเรื่อง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริดา อัครจันทโชติ. (2557). การข้ามพ้นวัฒนธรรมของการแสดงงิ้วในประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภวิทย์ ศรีเกษมสุข. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรในภาวะวิกฤตของรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ริรินดา เต็มไทยมงคล. (2552). พฤติกรรมสื่อสารในรายการโทรทัศน์เล่าข่าวเช้า. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรินทร์ บุญพิทักษ์. (2551). พฤติกรรมสื่อสารในการแสดงตลกจากสื่อวีซีดีบันทึกการแสดงสดของวงโปงลางสะออน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิศิษฐ์ เกตุรัตนกุล, ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี. (2562). กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ขายสินค้าแฟชั่นกับพฤติกรรมความคิดเห็นของผู้บริโภค. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 18(24), 117-129.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2562). การสื่อสารกับอเสถียรธรรมะ. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 18(2), 8-12.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2558). แบบจำลองการสื่อสารในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 13(15), 8-13.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2563). สารกับการสื่อความหมาย (พิมพ์ครั้งที่ 2). จามจุรีโปรดักส์ จำกัด.
- อธิฐาน ตั้งอำพัน. (2556). กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความมีชื่อเสียงของตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. (2550). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Benjamin, W. (1933). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* In *Illuminations*. H. Arendt (2nd ed.). Schocken Book.
- Berger, A. A. (1992). *Popular Culture Genre: Theories and Texts*. Sage.
- Goddard, A. (2002). *The language of advertising: Written texts* (2nd ed.). Routledge.
- Elkins, J. (1993). From original to copy and back again. *The British Journal of Aesthetics*, 33(2), 113-120.
- McCroskey, J. and Wheelless L. (1976). *Introduction to Human Communication*. Allyn & Becon.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Schneider, Beat. (2005). *Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext*. Birkhäuser.
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.

การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท THE CONTROL OF MARINE PLASTIC LITTERS FROM DUMPING

พิชญ์สินี ศรีสวัสดิ์¹

Pitchasinee Srisawat

Article History

Received: 15-03-2021; Revised: 02-05-2021; Accepted: 06-06-2022

บทคัดย่อ

ขยะพลาสติกในทะเลเป็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสนใจ นอกจากขยะพลาสติกในทะเลจะมีแหล่งกำเนิดที่สำคัญมาจากแหล่งบนบกแล้ว ขยะพลาสติกในทะเลยังมีแหล่งกำเนิดจากการทิ้งเทด้วย ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการบริหารจัดการขยะพลาสติกที่ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล รวมทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิตทางทะเลจนกลายเป็นปัญหาทั่วโลกในปัจจุบัน อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 (United Nations Convention on the Law of the Sea, 1982) หรือ UNCLOS ได้กล่าวถึงการคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อมทางทะเลไว้ในภาค XII ซึ่งรวมถึงการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทด้วย ประเทศไทยในฐานะรัฐภาคีของ UNCLOS ควรอนุวัติการ UNCLOS โดยมีพันธกรณีที่จะต้องอนุวัติการภาค XII ดังกล่าวเป็นกฎหมายภายในเพื่อป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกในทะเล อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยก็ยังมิได้อนุวัติการกฎหมายภายในให้เป็นไปตาม UNCLOS ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท ส่งผลให้ประเทศไทยขาดมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมเพื่อจัดการขยะพลาสติกในทะเลซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการทิ้งขยะทะเลมากที่สุดหนึ่งในสิบของโลก บทความฉบับนี้ ประสงค์ที่จะนำเสนอการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลตาม UNCLOS และจารีตประเพณีระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท เพื่อคุ้มครองและการรักษาสิ่งแวดล้อมทางทะเล เพื่อเป็นแนวทางในการอนุวัติการกฎหมายภายในของประเทศไทยให้ครบถ้วนบริบูรณ์ตาม UNCLOS ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทต่อไป

คำสำคัญ: ขยะทะเล; UNCLOS; ขยะพลาสติก; อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982; การควบคุมขยะทะเลจากการทิ้งเท

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ph.D. (Candidate), Graduation Student of Doctor of Laws Program, Faculty of Law, Thammasat University

E-mail: aey_legal@hotmail.com *Corresponding Author

ABSTRACT

Marine plastic litter is a global concern. Not only do marine plastic litter in the sea, primarily originate from a land-based source but they also come from dumping. Such marine litter is caused by the inefficient management of plastic litter which affect the marine environment including living things and marine life and become a major marine environmental problem in the world today. The United Nations Convention on the Law of the Sea, 1982 or UNCLOS is a convention containing international legal measures for the protection and preservation of the marine environment against all sources of pollution including marine litter from dumping. Thailand as a party thereto is obligated to implement UNCLOS provisions, through internal laws its to prevent, reduce and control marine plastic litter. However, Thailand does not have internal laws that are fully in compliance with UNCLOS relating to the prevention, reduction and control of marine plastic litter from dumping, despite the fact that Thailand is one of top ten largest sea dumping countries in the world. This article is intended to present and analyze the legal measures to prevent, reduce and control of marine plastic litter from dumping under the UNCLOS, as international obligations for the implementation of Thailand's laws in accordance with the UNCLOS.

Keywords: Marine litter; UNCLOS; Plastic Waste; United Nations Convention on Sea Law 1982; Marine Litter control from dumping

1. บทนำ

ขยะทะเลที่พบในมหาสมุทรส่วนใหญ่เป็นขยะพลาสติกมีแหล่งกำเนิดมาจากแหล่งบนบกและการทิ้งเท (UNEP, 2016) ซึ่งขยะพลาสติกในทะเลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ “แมโครพลาสติก” ซึ่งเป็นพลาสติกขนาดใหญ่ และ “ไมโครพลาสติก” ซึ่งเป็นพลาสติกขนาดเล็ก (UNEP, 2016) ขยะพลาสติกในทะเลส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยาเป็นอย่างมาก สำหรับผลกระทบจากแมโครพลาสติกนั้นนอกจากจะพบในมหาสมุทรจำนวนมากแล้ว ยังพบแมโครพลาสติกในซากของสัตว์ทะเลอันเป็นสาเหตุให้สัตว์ทะเลตาย อีกทั้งเป็นสาเหตุให้เกิดการทำลายที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตทางทะเล ส่วนผลกระทบจากไมโครพลาสติกนั้นพบได้ในสัตว์ทะเลประเภทปลาหรือหอย และสัตว์จำพวกวาฬ (cetacean) อย่างไรก็ดี ปัจจุบันยังไม่มีผลสรุปจากการวิจัยในเรื่องของข้อมูลผลกระทบจากไมโครพลาสติก เนื่องจากมีความยากในการทราบถึงปริมาณของขยะพลาสติก (UNEP, 2016) อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 (United Nations Convention on the Law of the Sea) หรือ UNCLOS เป็นอนุสัญญาเกี่ยวกับหลักการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล จารัตประเพณีระหว่างประเทศเกี่ยวกับการใช้ทะเล ตลอดจนกฎเกณฑ์ในการกำหนดเขตทางทะเล และการใช้อำนาจอธิปไตยและสิทธิอธิปไตยของรัฐเหนือเขตทางทะเล การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลในทะเลอย่างเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีชีวิต และการศึกษา การคุ้มครอง และการรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล โดย UNCLOS มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537 ซึ่งประเทศไทยได้ลงนามในอนุสัญญาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1982 และให้สัตยาบันเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 ทำให้อนุสัญญาดังกล่าวมีผลบังคับใช้กับประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2554 อย่างไรก็ดี ประเทศไทยมิได้ปฏิบัติตามพันธกรณีแห่ง UNCLOS และจารัตประเพณีระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากแหล่งบนบกอย่างเต็มที่ ประกอบการทำงาน

เป็นเอกภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ขาดการบูรณาการร่วมกัน ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการทิ้งขยะทะเลมากที่สุดติดหนึ่งในสิบประเทศจาก 192 ประเทศชายฝั่งทะเลทั่วโลก รองจากประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเวียดนาม และประเทศศรีลังกา (Jambeck et al., 2015)

บทความฉบับนี้ ประสงค์ที่จะนำเสนอการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเลตาม UNCLOS จารัตประเพณีระหว่างประเทศเกี่ยวกับการป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเล เพื่อคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล และเพื่อเป็นแนวทางให้ประเทศไทยในฐานะรัฐภาคีแห่ง UNCLOS ปฏิบัติตามพันธกรณี แห่ง UNCLOS และจารัตประเพณีระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเลต่อไป ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 2 การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเล ส่วนที่ 3 การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเลตามนโยบายและกฎหมายของประเทศไทย และส่วนสุดท้าย บทสรุป อนึ่ง บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพนธ์ตามหลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิตคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของผู้เขียน หัวข้อ มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเล ซึ่งสามารถศึกษาโดยรายละเอียดในดัชนีพนธ์ดังกล่าว

การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเล

ในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเลนั้น มีหลักกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งทะเล ดังนี้

1. อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเลค.ศ. 1982 (United Nations Convention on the Law of the Sea) หรือ UNCLOS

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่า UNCLOS เป็นอนุสัญญาเกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลโดยเฉพาะจากแหล่งกำเนิด ดังนั้น UNCLOS มีสาระสำคัญตามที่กล่าวมาในหลักการกฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งทะเล ซึ่งมีหลักการ ดังนี้

1.1 มาตรการของรัฐในการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งทะเล

UNCLOS ได้ให้นิยามของคำว่า “การทิ้งทะเล” ไว้ใน ข้อ 1 วรรค 5 (a)(i) ว่า การทิ้งทะเล หมายความว่า การจงใจกำจัดของเสียหรือสสารอื่นจากเรือ อากาศยาน แขนงชุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล² และรวมถึงการจงใจกำจัดเรือ อากาศยาน แขนงชุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล ตาม UNCLOS ข้อ 1 วรรค 5 (a)(ii)³ และ “การทิ้งทะเล” ตาม UNCLOS มิได้หมายความรวมถึงการกำจัดของเสียหรือสสารอื่นอันมิได้จงใจกำจัด หรือของเสียหรือสสารอื่นที่เกิดจากการปฏิบัติการตามปกติของเรือ อากาศยาน แขนงชุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลและอุปกรณ์ของสิ่งเหล่านั้น การกำจัดของเสียหรือสสารอื่นนอกเหนือจากของเสียหรือสสารอื่นที่ถูกขนส่งโดยหรือไปยังเรือ อากาศยาน แขนงชุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลซึ่งปฏิบัติการเพื่อวัตถุประสงค์แห่งการกำจัดสสารเช่นนั้น หรือเกิดจากการบำบัดของเสียหรือสสาร

² UNCLOS, Article 1 Paragraph 5 Use of terms and scope

(5) (a) “dumping” means :

(i) any deliberate disposal of wastes or other matter from vessels , aircraft , platforms or other man-made structures at sea;

³ UNCLOS , Article 1 Paragraph 5 Use of terms and scope

(5)(a) “dumping” means :

(ii) any deliberate disposal of vessels , aircraft, platforms or other man-made structures at sea;

อื่นเช่นว่านั้นบนเรือ อากาศยาน แขนขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างเหล่านั้น ตาม UNCLOS ข้อ 1 วรรค 5 (b)(i)⁴ และไม่รวมถึงการจัดวางสารเพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการกำจัดสาร ซึ่งการจัดวางเช่นว่านั้นต้องไม่ขัดกับความมุ่งหมายของ UNCLOS ข้อ 1 วรรค 5 (b)(ii)⁵ จะเห็นได้ว่า UNCLOS ได้ให้ความหมายของคำว่า “การทิ้งเท” ไว้อย่างชัดเจนว่ากรณีใดเป็นการทิ้งเทหรือไม่เป็นการทิ้งเท และกำหนดขอบเขตแหล่งที่มาของการทิ้งเทว่าต้องเป็นการทิ้งเทอย่างจงใจที่กำจัดของเสียหรือสารอื่นจากเรือ อากาศยาน แขนขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล อันเป็นการกำหนดครอบคลุมทุกแหล่งกำเนิดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล อันทำให้รัฐภาคีสามารถกำหนดมาตรการทางกฎหมายและข้อบังคับเพื่อป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทได้

1.2 มาตรการทางกฎหมายและมาตรการอื่น

นอกจากหน้าที่รัฐภาคีที่กล่าวมาข้างต้น รัฐภาคีต้องมีมาตรการทางกฎหมายและมาตรการอื่นเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมภาวะมลพิษของสิ่งแวดล้อมทางทะเล ดังนี้

(1) มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งเท

สำหรับมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกนั้นรัฐภาคีต้องมีพันธกรณี ดังต่อไปนี้

ก.พันธกรณีในการกำหนดมาตรการป้องกัน ลด และควบคุมภาวะขยะพลาสติกในทะเลตาม UNCLOS ข้อ 210 วรรค 5 ซึ่งกำหนดให้การทิ้งเทภายในทะเลอาณาเขตและเขตเศรษฐกิจจำเพาะหรือบนไหล่ทวีปต้องไม่เกิดโดยไม่ได้รับอนุญาตของรัฐชายฝั่งซึ่งมีสิทธิอนุญาต ออกข้อบังคับและควบคุมการทิ้งเท ภายหลังจากได้พิจารณาเรื่องดังกล่าวกับรัฐอื่นตามสมควรด้วยเหตุผลด้านภูมิศาสตร์ของรัฐต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการทิ้งเท⁶

ข.พันธกรณีในการป้องกัน ลดและควบคุม-ขยะพลาสติกจากการทิ้งเทที่เกิดขึ้นนอกเขตอำนาจแห่งชาติของรัฐ ตาม UNCLOS ข้อ 210 วรรค 1 ซึ่งกำหนดให้รัฐภาคีทั้งปวงต้องนำกฎหมายและข้อบังคับมาใช้เพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท⁷

⁴ UNCLOS , Article 1 Paragraph 5 Use of terms and scope

(b) “dumping” does not include :

(i) the disposal of wastes or other matter incidental to, or derived from the normal operations of vessels, aircraft , platforms or other man-made structures at sea and their equipment, other than wastes or other matter transported by or to vessels, aircraft ,platforms or other man-made structures at sea, operating for the purpose of disposal of such matter or derived from the treatment of such wastes or other matter on such vessels, aircraft, platforms or structures;

⁵ UNCLOS, Article 1 Paragraph 5

(b) “dumping” does not include :

(ii) placement of matter for a purpose other than the mere disposal thereof, provided that such placement is not contrary to the aims of this Convention.

⁶ UNCLOS , Article 210 Paragraph 5 Pollution by dumping

5. Dumping within the territorial sea and the exclusive economic zone or onto the continental shelf not be carried out without the express prior approval of the coastal State, which has the right to permit, regulate and control such dumping after due consideration of the matter with other States which by reason of their geographical situation may be adversely affected thereby.

⁷ UNCLOS, Article 210 Paragraph 1 Pollution by dumping

1. States shall adopt laws and regulations to prevent, reduce and control pollution of the marine environment by dumping.

ค.พันธกรณีในการใช้มาตรการอื่น ๆ เท่าที่จำเป็นเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท ตาม UNCLOS ข้อ 210 วรรค 2 ซึ่งกำหนดให้รัฐภาคีต้องใช้มาตรการอื่น ๆ เท่าที่จำเป็นเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท⁸

ง.พันธกรณีในการทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการทิ้งจะไม่เกิดขึ้นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจ ตาม UNCLOS ข้อ 210 วรรค 3 ซึ่งกำหนดว่ามาตรการทางกฎหมาย ข้อบังคับและมาตรการตามวรรค 1 และ 2 ต้องทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการทิ้งจะไม่เกิดขึ้นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจ⁹

จ.พันธกรณีในการมีมาตรการทางกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรการอื่น ๆ ที่มีประสิทธิภาพในการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทไม่น้อยกว่าหลักเกณฑ์และมาตรฐานระดับโลก ตาม UNCLOS ข้อ 210 วรรค 6 ซึ่งกำหนดให้กฎหมายของรัฐ ข้อบังคับและมาตรการทั้งปวงต้องมีประสิทธิภาพในการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทไม่น้อยกว่าหลักเกณฑ์และมาตรฐานระดับโลก¹⁰

จากมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทตาม UNCLOS ข้างต้นจะเห็นได้ว่า รัฐเจ้าของธงของเรือมีหน้าที่ต้องกำกับดูแลเรือที่ชักธงของรัฐตนมิให้กระทำการอันเป็นการทิ้งขยะลงสู่ทะเลที่อยู่นอกเขตอำนาจแห่งชาติของรัฐได้แก่ ห่วงน้ำที่เป็นทะเลหลวงที่อยู่ถัดจากห่วงน้ำของเศรษฐกิจจำเพาะออกไป และพื้นดินท้องทะเลที่อยู่ถัดจากไหล่ทวีปของรัฐออกไป ตลอดจนการกำกับดูแลแท่นขุดเจาะและสิ่งก่อสร้างอื่นที่รัฐอนุญาตให้สร้างบริเวณพื้นที่ทางทะเลที่อยู่ในเขตอำนาจแห่งชาติของรัฐมิให้มีการทิ้งขยะจากแท่นขุดเจาะและจากสิ่งก่อสร้างอื่นที่สร้างขึ้นในทะเล

(2) มาตรการอื่นเกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งเท

สำหรับมาตรการอื่นเกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งเทตาม UNCLOS มีดังนี้

(ก) มาตรการในการติดตามตรวจสอบและการประเมินทางสิ่งแวดล้อม ตาม UNCLOS ข้อ 204 วรรค 1¹¹

(ข) มาตรการในการตรวจตราถึงผลกระทบจากกิจกรรมใด ๆ ที่รัฐอนุญาตให้ดำเนินการหรือรัฐมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมนั้นว่ามีแนวโน้มก่อให้เกิดขยะพลาสติกในทะเลหรือไม่ ตาม UNCLOS ข้อ 204 วรรค 2¹²

⁸ UNCLOS, Article 210 Paragraph 2 Pollution by dumping

2. States shall take other measures as may be necessary to prevent, reduce and control such pollution.

⁹ UNCLOS, Article 210 Paragraph 3 Pollution by dumping

3. Such laws, regulations and measures shall ensure that dumping is not carried out without the permission of the competent authorities of States.

¹⁰ UNCLOS, Article 210 Paragraph 6 Pollution by dumping

6. National laws, regulations and measures shall be no less effective in preventing, reducing and controlling such pollution than the global rules and standards.

¹¹ UNCLOS, Article 204 Paragraph 1 Monitoring of the risks or effects of pollution

1. States shall, consistent with the rights of the other States, endeavor, as far as practicable, directly or through the competent international organizations, to observe, measure, evaluate and analyze, by recognized scientific methods, the risks or effects of pollution of the marine environment.

¹² UNCLOS, Article 204 Paragraph 2 Monitoring of the risks or effects of pollution

2. In particular, States shall keep under surveillance the effects of any activities which they permit or in which they engage in order to determine whether these activities are likely to pollute the marine environment.

(ค) มาตรการในการจัดพิมพ์รายงานผลการประเมินที่ได้รับจากการปฏิบัติตามข้อ 204 หรือส่งรายงานเป็นระยะตามความเหมาะสมให้องค์กรระหว่างประเทศที่มีอำนาจ ตาม UNCLOS ข้อ 205¹³

(ง) มาตรการการติดตามตรวจสอบและประเมินสิ่งแวดล้อมของกิจกรรม หากรัฐมีเหตุผลอันควรเชื่อได้ว่ากิจกรรมภายใต้อำนาจของรัฐหรือการควบคุมของรัฐอาจก่อให้เกิดขยะพลาสติกในทะเลอย่างร้ายแรงหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นอันตรายที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล ตาม UNCLOS ข้อ 206¹⁴

1.3 การบังคับใช้กฎหมาย

ในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งเท มีดังนี้

(1) การกำหนดให้มีกฎหมายและบังคับใช้กฎหมาย

UNCLOS ข้อ 216 วรรค 1 กำหนดให้กฎหมายและข้อบังคับที่ได้เอามาใช้ตาม UNCLOS และหลักเกณฑ์และมาตรฐานระหว่างประเทศที่ปฏิบัติได้ซึ่งกำหนดโดยองค์กรระหว่างประเทศที่มีอำนาจหรือโดยการประชุมทางการทูตเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมภาวะมลพิษของสิ่งแวดล้อมทางทะเลจากการทิ้งเทจะต้องถูกบังคับใช้ ดังต่อไปนี้¹⁵

ก. โดยรัฐชายฝั่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทิ้งเทภายในทะเลอาณาเขตหรือเขตเศรษฐกิจจำเพาะหรือบนไหล่ทวีปของรัฐ

ข. โดยรัฐเจ้าของธงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรือที่ชักธงของรัฐ หรือเรือหรืออากาศยานที่จดทะเบียนสัญชาติกับรัฐ

ค. โดยรัฐใดก็ตามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบรรทุกของเสียหรือสารอื่นที่เกิดขึ้นภายในอาณาเขตของรัฐหรือที่ท่าจอดเรือนอกชายฝั่งของรัฐ

(2) รัฐภาคีไม่ต้องดำเนินคดี หากรัฐอื่นได้ดำเนินคดีแล้ว ตาม UNCLOS ข้อ 216 วรรค 2¹⁶

¹³ UNCLOS, Article 205 Publication of reports

States shall publish reports of the results obtained pursuant to article 204 or provide such reports at appropriate intervals to the competent international organizations, which should make them available to all States.

¹⁴ UNCLOS, Article 206 Assessment of potential effects of activities

When States have reasonable grounds for believing that planned activities under their jurisdiction or control may cause substantial pollution or significant and harmful changes to the marine environment, they shall, as far as practicable, assess the potential effects of such activities on the marine environment and shall communicate reports of the results of such assessments in the manner provided in article 205.

¹⁵ UNCLOS, Article 216 Paragraph 1 Enforcement with respect to pollution by dumping

Laws and regulations adopted in accordance with this Convention and applicable international rules and standards established through competent international organizations or diplomatic conference for the prevention, reduction and control of pollution of the marine environment by dumping shall be enforced

(1)(a) by the coastal State with regard to dumping within its territorial sea or its exclusive economic zone or onto its continental shelf;

(1)(b) by the flag State with regard to vessels flying its flag or vessels or aircraft of its registry;

(1)(c) by any State with regard to acts of loading of wastes or other matter occurring within its territory or at its off-shore terminals.

¹⁶ UNCLOS, Article 216 Paragraph 2 Enforcement with respect to pollution by dumping

2. No State shall be obliged by virtue of this article to institute proceedings when another State has already instituted proceedings in accordance with this article.

1.4 มาตรการระหว่างประเทศเกี่ยวกับขยะพลาสติก

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่าหลักการกฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทมีได้บังคับใช้แต่เพียงกฎหมายและข้อบังคับสำหรับกิจกรรมที่อยู่ภายในเขตอำนาจของรัฐชายฝั่งหรือการควบคุมของรัฐชายฝั่งและรัฐเจ้าของธงที่เรือชักธงของรัฐเท่านั้น หากต้องมีความร่วมมือของรัฐระหว่างประเทศเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันในการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท จึงเป็นพันธกรณีที่สำคัญในอันที่จะทำให้การควบคุมขยะพลาสติกมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเนื่องด้วยขยะพลาสติกสามารถขยายหรือเคลื่อนย้ายจากพื้นที่แหล่งกำเนิดรัฐหนึ่งไปยังพื้นที่แหล่งกำเนิดพื้นที่อีกรัฐหนึ่งทำให้ได้รับผลกระทบเช่นกัน เรียกว่า “ภาวะมลพิษข้ามเขตแดน (pollution transboundary)” โดยในเรื่องนี้อาจเรียกได้ว่าเป็น “ขยะพลาสติกข้ามเขตแดน” ซึ่ง UNCLOS ได้กำหนดพันธกรณีให้รัฐภาคีต้องร่วมมือกันในทางระหว่างประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกในแง่มุมต่าง ๆ อาทิ การร่วมกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติการ การร่วมกำหนดแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน การวิจัยและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา และ UNCLOS มีพันธกรณีในการร่วมมือกันของรัฐ อาทิ ในการกำหนดหลักเกณฑ์ มาตรฐานและข้อแนะนำในการปฏิบัติการและวิธีการปฏิบัติงานระหว่างประเทศตาม UNCLOS เพื่อควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทจากเรือ โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของภูมิภาค ตาม UNCLOS ข้อ 197¹⁷ รัฐที่ได้รับความเสียหายร่วมมือกับองค์การระหว่างประเทศในการกำจัดผลกระทบจากขยะพลาสติกจากการทิ้งเทจากเรือพัฒนาและยกระดับแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน ตาม UNCLOS ข้อ 199¹⁸

จะเห็นได้ว่า UNCLOS เพียงแต่กำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไปว่ารัฐเจ้าของธง รัฐชายฝั่ง รัฐเจ้าของท่าเรือจะต้องป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทโดยการออกกฎหมายและข้อบังคับของตนเพื่ออนุวัติให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์และมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศ หรือที่ประชุมทางการทูตเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทตลอดทั้งบังคับให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ กฎเกณฑ์และมาตรฐานโดยรัฐต่าง ๆ ดังนั้น จึงควรนำกฎเกณฑ์และมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศ หรือที่ประชุมทางการทูตเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทมาตราเป็นกฎหมายทั้งภายในและระดับภูมิภาคด้วย

2. พิธีสาร 1996 แห่งอนุสัญญาว่าด้วยการป้องกันภาวะมลพิษทางทะเลจากการทิ้งเทของเสียและสสารอื่น ค.ศ. 1972 (1996 Protocol to the Convention on the Prevention of Marine Pollution by Dumping of Wastes and Other Matter, 1972) หรือพิธีสาร 1996

¹⁷ UNCLOS, Article 197 Cooperation on a global or regional basis

States shall cooperate on a global basis and, as appropriate, on a regional basis, directly or through competent international organizations, in formulating and elaborating international rules, standard and recommended practices and procedures consistent with this Convention, for the protection and preservation of the marine environment, taking into account characteristic features.

¹⁸ UNCLOS, Article 199 Contingency plans against pollution

In the case referred to in article 198, States in the area affected, in accordance with their capabilities, and the competent international organizations shall cooperate, to the extent possible, in eliminating the effects of pollution and preventing or minimizing the damage. To this end, States shall jointly develop and promote contingency plans for responding to pollution incidents in the marine environment.

พิธีสาร 1996 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 24 มีนาคม ค.ศ. 2006 และพิธีสาร 1996 เป็นอนุสัญญาความร่วมมือระหว่างประเทศระดับโลกเพียงฉบับเดียวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลจากการทิ้งเทของเสียและสสารอื่นโดยเฉพา กล่าวคือ ขยะพลาสติก (จุมพต สายสุนทร, 2560) พิธีสาร 1996 มีสาระสำคัญ ดังนี้

2.1 นิยามคำว่า “ทิ้งเท”

พิธีสาร 1996 ข้อ 3 วรรค 4 ได้ให้ความหมายคำว่า “การทิ้งเท” (dumping) หมายถึง (1) การกำจัดของเสียหรือสสารอื่นด้วยวิธีการใด ๆ ลงสู่ทะเลอย่างจงใจจากเรือ อากาศยาน แ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล (2) การกำจัดเรือ อากาศยาน แ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลด้วยวิธีการใด ๆ ลงสู่ทะเลอย่างจงใจ (3) การจัดเก็บของเสียหรือสสารอื่นจากเรือ อากาศยาน แ่นซุดเจาะ หรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลด้วยวิธีการใด ๆ ไว้ที่พื้นดินท้องทะเลหรือใต้ดินของพื้นดินท้องทะเล (4) การละทิ้งหรือการล้มแ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล เพียงเพื่อวัตถุประสงค์แห่งการกำจัดอย่างจงใจเท่านั้น¹⁹ จะเห็นได้ว่าการทิ้งเทตามพิธีสาร 1996 ต้องเป็นการกระทำโดยจงใจเพื่อกำจัดของเสียและสสารอื่น ดังนั้นการทิ้งเทขยะลงสู่ทะเลที่เป็นปัญหาในปัจจุบันนี้จึงเป็นการทิ้งเทตามความหมายของพิธีสาร 1996

2.2 องค์ประกอบของการกระทำที่เป็นการทิ้งเท

จากนิยามของคำว่า “การทิ้งเท” ของพิธีสาร 1996ข้างต้น สามารถพิจารณาองค์ประกอบของ “การทิ้งเท” ได้ดังนี้

(1) การกระทำที่เป็นการทิ้งเท

การกระทำที่เป็นการทิ้งเท อาทิ การกำจัดของเสียหรือสสารอื่นด้วยวิธีการใด ๆ ลงสู่ทะเลอย่างจงใจจากเรือ อากาศยาน แ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล การกำจัดของเสียหรือสสารอื่นตามความหมายนี้จะมีที่มาจากแหล่งกำเนิดใดก็ได้ และเป็นการทิ้งเทลงสู่ทะเลอย่างจงใจมุ่งประสงค์เพื่อกำจัดทิ้ง การจัดเก็บของเสียหรือสสารอื่นจากเรือ อากาศยาน แ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลด้วยวิธีการใด ๆ ไว้ที่พื้นดินท้องทะเลหรือใต้ดินของพื้นดินท้องทะเล กรณีนี้อาจเป็นการจัดเก็บของเสียแล้วนำไปวางบนพื้นดินท้องทะเล หรือฝังลงไปในดินใต้ผิวท้องทะเล ซึ่งคำว่า “พื้นดินท้องทะเล” (sea-bed) และ “ดินใต้ผิวดิน” (subsoil) หมายถึงพื้นดินท้องทะเลและดินใต้ผิวดินของพื้นดินท้องทะเลของเขตต่าง ๆ ทางทะเล ได้แก่ ทะเลอาณาเขต (Territorial sea) เขตเศรษฐกิจจำเพาะ (exclusive economic zone) โหลทวีป (continental shelf) บริเวณพื้นที่ (the Area) ตาม UNCLOS ข้อ 10 วรรค (1)

(2) การกระทำโดยจงใจ

การทิ้งเทตามพิธีสาร 1996 ต้องเป็นการกระทำโดยจงใจ (deliberate) กล่าวคือ ตั้งใจที่จะกำจัดของเสียหรือสสารอื่นจากเรือ อากาศยานและแ่นซุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์ทำขึ้นในทะเลลงสู่ทะเล หรือตั้งใจที่จะกำจัดเรือ อากาศยานและแ่นซุดเจาะ

¹⁹ 1996 Protocol, Article 1 Paragraph 4 DEFINITION

4.1 “Dumping” means

4.1.1 any deliberate disposal into the sea of wastes or other matter from vessels , aircraft, platforms or other man-made structures at seas;

4.1.2 any deliberate disposal into the sea of vessels, aircraft, platforms or other man-made structures at sea;

4.1.3 any storage of wastes or other matter in the seabed and the subsoil thereof from vessels ,aircraft ,platforms or other man-made structures at se; and

4.1.4 any abandonment or toppling at site of platforms or other man-made structures at sea, for the sole purpose of deliberate disposal.

หรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลลงสู่ทะเล หรือตั้งใจที่จะกักเก็บของเสียหรือสสารอื่นบนพื้นดินท้องทะเลและดินใต้ผิวดินของพื้นดินท้องทะเลจากเรือ อากาศยาน แขนขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล หรือตั้งใจที่จะละทิ้งหรือล้มน้ำขนุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลซึ่งย่อมแสดงว่าการกำจัดการละทิ้งหรือการล้มน้ำดังกล่าวข้างต้นต้องมีได้เกิดจากอุบัติเหตุ เช่น การเกยตื้น (standing) หรือการชนกัน (collision) ของเรือ หรือเหตุสุดวิสัย เช่น พายุหรือแผ่นดินไหวที่ทำให้เกิดคลื่นใต้น้ำ (tsunami) ยกเว้นการทิ้งเทโดยจงใจอันเนื่องมาจากความจำเป็นเพื่อรักษาความปลอดภัยของชีวิตมนุษย์หรือความปลอดภัยของเรือ อากาศยาน แขนขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลตามพิธีสาร 1996 ข้อ 8²⁰

(3) แหล่งที่มาของการทิ้งเท

แหล่งที่มาของการทิ้งเทตามนิยามแห่งพิธีสาร 1996 คือ เรือ อากาศยาน แขนขุดเจาะและสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเลซึ่งคำว่า “เรือและอากาศยาน” (vessels and aircraft) นั้น พิธีสาร 1996 ข้อ 1 วรรค 6 ได้ให้ความหมายคำว่า “เรือและอากาศยาน” (vessels and aircraft) หมายถึง ยานชนิดใด ๆ ก็ตามที่แล่นในน้ำหรือลอยในอากาศได้ รวมทั้งยานเบาอากาศ และยานลอยน้ำ ไม่ว่าจะขับเคลื่อนด้วยตนเองได้หรือไม่ก็ตาม จากความหมายของเรือและอากาศยานนี้จะเห็นได้ว่าคำนิยามดังกล่าวมีความหมายกว้างขวางและรวมถึงเรือดำน้ำทุกประเภท บอลลูนโดยสาร ยานสะเทินน้ำสะเทินบก เช่น ไฮโดรฟอยล์ และพิธีสาร 1996 ข้อ 10 วรรค 4 ได้กำหนดกรณีพิธีสาร 1996 จะไม่นำไปบังคับใช้กับเรือและอากาศยานที่มีความคุ้มกันอธิปไตยตามกฎหมายระหว่างประเทศ ได้แก่ เรือรบและเรือของรัฐที่ใช้เพียงเพื่อราชการของรัฐบาลอันมิใช่การพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม รัฐภาคีแห่งพิธีสาร 1996 ต้องประกันโดยใช้มาตรการที่เหมาะสมว่าเรือและอากาศยานดังกล่าวที่รัฐเป็นเจ้าของหรือใช้งานอยู่นั้นกระทำการในลักษณะที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความมุ่งประสงค์ของพิธีสาร 1996 นี้และจะต้องให้องค์การพาณิชย์นาวีระหว่างประเทศ (IMO) ทราบถึงการนั้นด้วย

(4) สิ่งที่ทิ้งเท

สิ่งที่ทิ้งเทลงสู่ทะเลตามพิธีสาร 1996 ต้องเป็น “ของเสียหรือสสารอื่น” ซึ่งพิธีสาร 1996 ข้อ 1 วรรค 8 ได้ให้นิยามว่า “ของเสียหรือสสารอื่น” หมายความว่า วัสดุ และสาร ชนิด รูปแบบและประเภทใด ๆ จากคำนิยามดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่าเป็นการให้คำนิยามอย่างกว้างซึ่งมิได้จำกัดเฉพาะของเสียเท่านั้น หากแต่หมายความถึง สิ่งที่มีใช้ของเสียแต่มีการทิ้งลงสู่ทะเลอย่างจงใจด้วย ดังนั้น จึงไม่ต้องการพิจารณาว่าการทิ้งเทดังกล่าวจะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตในทะเลหรือไม่ เพียงแต่มีการทิ้งเทอย่างจงใจลงสู่ทะเลก็เพียงพอ และพิธีสาร 1996 ข้อ 4 วรรค 1 ได้กำหนดให้รัฐภาคีห้ามมิให้ทิ้งเทของเสียหรือสสารอื่นลงสู่ทะเล ยกเว้นของเสียหรือสสารอื่นที่ระบุในภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996

(5) สถานที่ทิ้งเท

สถานที่ทิ้งเทตามพิธีสาร 1996 คือ ทะเล (sea) ซึ่งพิธีสาร 1996 ข้อ 1 วรรค 7 ได้ให้นิยามคำว่า “ทะเล” ว่า น่านน้ำทะเลทั้งหมดนอกเหนือจากน่านน้ำภายในของรัฐ ตลอดจนพื้นดินท้องทะเล (sea-bed) และดินใต้ผิวดิน (subsoil) ของพื้นท้องทะเล

²⁰ 1996 Protocol, Article 8 EXCEPTION

1.The provisions of articles 4.1 and 5 shall not apply when it is necessary to secure the safety of human life or of vessels, aircraft, platforms or other man-made structures at sea in cases of force majeure caused by stress of weather, or in any case which constitutes a danger to human life or a real threat to vessels, aircraft, platforms or other man-made structures at sea, if dumping or incineration at sea appear to be the only way of averting the threat and if there is every probability that the damage consequent upon such dumping or incineration at sea will be less than would otherwise occur. Such dumping or incineration at sea shall be conducted so as to minimize the likelihood of damage to human or marine life and shall be reported forthwith to the Organization.

นั่นด้วย คำว่า “น่านน้ำทางทะเลทั้งหมด” หมายถึง ทะเลอาณาเขต (territorial sea) เขตเศรษฐกิจจำเพาะ (exclusive economic zone) บริเวณพื้นที่ (the Area) รวมทั้งน่านน้ำหมู่เกาะ (archipelagic waters) ของรัฐหมู่เกาะด้วยเนื่องจากมีน่านน้ำภายในของรัฐทั้งหมดนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน UNCLOS ส่วนพื้นดินท้องทะเล (sea-bed) และดินใต้ผิวดิน (subsoil) ของพื้นดินท้องทะเล หมายถึง พื้นดินท้องทะเลตลอดทั้งดินใต้ผิวดินของพื้นดินท้องทะเลของเขตทางทะเลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น และจากที่กล่าวมาข้างต้นว่าพิธีสาร 1996 มิได้ให้คำนิยามไว้ ส่วนน่านน้ำภายในของรัฐ จึงไม่เป็นน่านน้ำทางทะเล ตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ข้อ 8 วรรค 1 ซึ่งหมายถึง น่านน้ำทางด้านแผ่นดินของเส้นฐาน (baseline) ของทะเลอาณาเขต แม้น่านน้ำภายในของรัฐ ไม่ใช่สถานที่ที่ตามมาตรา 1996 ก็ตาม แต่พิธีสาร 1996 ข้อ 7 วรรค 2²¹ กำหนดให้รัฐภาคีใช้ดุลพินิจในการบังคับใช้พิธีสาร 1996 หรือกำหนดมาตรการในการอนุญาตและออกข้อบังคับที่มีประสิทธิภาพเพื่อควบคุมการกำจัดของเสียหรือสารอื่นอย่างจริงจังในน่านน้ำภายในของตนในกรณีที่การกำจัดเช่นนั้นเป็น “การทิ้งเท” หรือ “การเผาในทะเล” หากกระทำในทะเล และรัฐภาคีควรที่จะให้ข้อมูลแก่องค์กร พาณิชยนาวิระหว่างประเทศ (IMO) เกี่ยวกับกฎหมายและกลไกทางองค์การเกี่ยวกับการอนุวัติการ การปฏิบัติตามและการใช้บังคับกฎหมายดังกล่าวภายในน่านน้ำภายในของตนและรัฐภาคีดังกล่าวควรที่จะใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดในอนาคตที่จะจัดหารายงานโดยสมัครใจเกี่ยวกับชนิดและลักษณะของวัสดุที่ทิ้งลงสู่น่านน้ำภายในของตนให้แก่องค์กรดังกล่าวด้วย

2.3 มาตรการของรัฐเกี่ยวกับขยะพลาสติกจากการทิ้งเทจากเรือ

พิธีสาร 1996 มีมาตรการทางกฎหมาย มาตรการอื่น ๆ และการบังคับใช้กฎหมาย ดังนี้

2.3.1 มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท แยกพิจารณาได้ ดังนี้

ก. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท

พิธีสาร 1996 ข้อ 4 วรรค 1 กำหนดให้รัฐภาคีห้ามทิ้งเทของเสียหรือสารอื่นลงสู่ทะเล นอกจากของเสียหรือสารอื่นตามที่ระบุไว้ในภาคผนวก 1²² แต่การทิ้งเทของเสียหรือสารอื่นดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตก่อนทำการทิ้งเทลงสู่ทะเล ตามพิธีสาร 1996 ข้อ 4 วรรค 1.1²³ และของเสียหรือสารอื่นที่อาจอนุญาตให้ทำการทิ้งเทตามภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996 กล่าวคือ กรณีเรือและ

²¹ 1996 Protocol, Article 7 Paragraph 2 INTERNAL WATERS

1. Notwithstanding any other provision of this Protocol shall relate to internal waters only to the extent provided for in paragraph 2 and 3.

2. Each Contracting Party shall at its discretion either apply the provisions of the Protocol or adopt other effective and regulatory measures to control the deliberate disposal of wastes or other matter in marine internal waters where such disposal would be “dumping” or incineration at sea” within the meaning of article ,if conducted at sea.

²² 1996 Protocol, Article 4 Paragraph 1 DUMPING OF WASTES OR OTHER MATTER

4.1.1 Contracting Parties shall prohibit the dumping of any wastes or other matter with the exception of those listed in Annex 1.

²³ 1996 Protocol, Annex I Paragraph 1 WASTES OR OTHER MATTER THAT MAY BE CONSIDERED FOR DUMPING

1. The following wastes or other matter are those that may be considered for dumping being mindful of the Objectives and General Obligations of this Protocol set out in articles 2 and 3 :

1.1 dredged material;

1.2 sewage sludge;

1.3 fish waste, or material resulting from industrial fish processing operations;

แท่นขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล ตามรายการที่ (4) ในภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996 และสิ่งของขนาดใหญ่ตามรายการที่ (7) ในภาคผนวก 1 แห่ง พิธีสาร 1996 ข้างต้นนั้น แม้จะได้รับใบอนุญาตให้ทิ้งเทได้ก็ตาม แต่ต้องเคลื่อนย้ายวัสดุที่สามารถก่อให้เกิดสิ่งปฏิกูลลอยน้ำ (floating debris) หรือที่ก่อให้เกิดภาวะมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลออกจากสิ่งเหล่านั้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เสียก่อน เช่น เศษไม้ เครื่องใช้ไม้สอย เครื่องตกแต่งที่อยู่ในเรือ แท่นขุดเจาะหรือสิ่งก่อสร้างอื่นที่มนุษย์สร้างขึ้นในทะเล หรือแม้กระทั่งน้ำมันในรูปแบบต่าง ๆ สารเคมีและสารที่เป็นพิษ เป็นต้น นอกจากนี้จะเคลื่อนย้ายวัสดุที่จะก่อให้เกิดสิ่งปฏิกูลลอยน้ำหรือที่ก่อให้เกิดภาวะมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลแล้ว การทิ้งสิ่งของตามรายการที่ (4) และ รายการที่ (7) ในภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996 จะต้องไม่ก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการทำประมงและการเดินเรือด้วย เช่น การทิ้งของดังกล่าวในบริเวณที่มีการทำประมงโดยใช้อวนลากหรืออวนล้อมหรือที่กีดขวางเส้นทางสัญจรของเรือตามภาคผนวก 1 วรรค 2 แห่งพิธีสาร 1996

ข. การขอใบอนุญาตเพื่อทำการทิ้งเท

พิธีสาร 1996 กำหนดให้สามารถทำการทิ้งเทของเสียและสารอื่นตามที่ระบุกำหนดในภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996 แต่ต้องได้รับอนุญาต มิได้หมายความว่ารัฐภาคีเปิดโอกาสให้ประชาชนแห่งรัฐทิ้งเทของเสียและสารอื่นตามรายการที่กำหนดไว้โดยได้รับอนุญาตจากรัฐให้ทิ้งเทลงสู่ทะเลได้อย่างเต็มที่ หากแต่รัฐภาคีมีพันธกรณีในการใช้ความพยายามให้มากขึ้นในการลดความจำเป็นที่จะต้องกำจัดของเสียและสารอื่นโดยการทิ้งเท ตามพิธีสาร 1996 ภาคผนวก 2²⁴ และการขอใบอนุญาตเพื่อทำการทิ้งเทของเสียและสารอื่นตามพิธีสาร 1996 นั้น พิธีสาร 1996²⁵ ได้กำหนดให้ผู้ขอต้องทำการประเมินของเสียและสารอื่นตามขั้นตอนการประเมินที่กำหนดไว้ในภาคผนวก 2 ดังนี้ (1) การตรวจสอบการป้องกันการเกิดของเสียและสารอื่นที่อาจทำการทิ้งเทลงสู่ทะเล (2) การพิจารณาทางเลือกอื่นเพื่อจัดการและกำจัดของเสียและสารอื่นนอกเหนือจากวิธีกำจัดโดยการทิ้งเทลงสู่ทะเล (3) การพิจารณาคุณสมบัติทางเคมี ทางกายภาพและทาง

1.4 vessels and platforms or other man-made structures at seas;

1.5 inert, inorganic geological material;

1.6 organic material of natural origin; and

1.7 bulky items primarily comprising iron, steel, concrete and similarly unarmful materials for which the concern is physical impact and limited to those circumstances where such wastes are generated at locations such as small islands with isolated communities having no practicable access to disposal options other than dumping.

1.8 carbon dioxide streams from carbon dioxide capture processes for sequestration

²⁴ 1996 Protocol , Annex 2 GENERAL

1.The acceptance of dumping under certain circumstances shall not remove the obligations under this Annex to make further attempts to reduce the necessity for dumping.

²⁵ 1996 Protocol , Annex 2 WASTES PREVENTATION AUDIT

2.The initial stages in assessing alternatives to dumping should, as appropriate , include an evaluation of:

2.1 types, amounts and relative hazard of wastes generated;

2.2 details of the production process and the sources of wastes within that process; and

2.3 feasibility of the following waste reduction to prevention techniques:

2.3.1 product reformulation;

2.3.2 clean production technologies;

2.3.3 process modification;

2.3.4 input substitution; and

2.3.5 on-site, closed-loop recycling.

ชีวภาพของของเสียและสารอื่นที่อาจทิ้งลงสู่ทะเลได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการทิ้งของเสียและสารอื่นลงสู่ทะเลนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมทางทะเลการประเมินของเสียและสารอื่นตามขั้นตอนการประเมินที่กำหนดในภาคผนวก 2 แห่งพิธีสาร 1996 เป็นวิธีการในการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลจากการทิ้งเท เพราะเป็นการทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าผู้ขอทำการทิ้งเทได้เปรียบเทียบทางเลือกอื่นที่อาจใช้กำจัดของเสียหรือสารอื่น โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ อาทิ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพของมนุษย์ ความปลอดภัยของประชาชนในรัฐ ค่าใช้จ่ายในการเลือกวิธีการกำจัดของเสียหรือสารอื่น จะเห็นได้ว่าผู้ขอใบอนุญาตทิ้งเทตามพิธีสาร 1996 ต้องไม่มีทางเลือกอื่นใดในการกำจัดของเสียหรือสารอื่นที่ดีกว่าการทิ้งลงสู่ทะเล

ค. การออกใบอนุญาตเพื่อทำการทิ้งเท

พิธีสาร 1996 ได้กำหนดให้การทิ้งของเสียหรือสารอื่นตามภาคผนวก 1 แห่งพิธีสาร 1996 ต้องได้รับใบอนุญาตให้ทำการทิ้งเท โดยรัฐภาคีต้องกำหนดมาตรการทางกฎหมายหรือมาตรการทางปกครองเพื่อประกันว่าการออกใบอนุญาตและหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขในการอนุญาตเป็นไปตามที่กำหนดในภาคผนวก 2 แห่งพิธีสาร 1996 ตามพิธีสาร 1996 ข้อ 4 วรรค 1 ซึ่งภาคผนวก 2 แห่งพิธีสาร 1996 ดังกล่าวได้กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาออกใบอนุญาตเพื่อทำการทิ้งของเสียหรือสารอื่นสำหรับหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจออกใบอนุญาตให้ทำการทิ้งเท สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับของเสียหรือสารอื่นอันเป็นข้อมูลสำคัญที่ผู้ขอใบอนุญาตทิ้งเทจะต้องระบุไว้ในรายงานการประเมินของเสียหรือสารอื่นที่อาจทำการทิ้งเท และหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจอนุญาตจะใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการพิจารณาออกใบอนุญาตให้ทำการทิ้งของเสียหรือสารอื่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า รัฐภาคีมีพันธกรณีในการมีกฎหมายเกี่ยวกับการทิ้งของเสียหรือขยะลงสู่ทะเล และรัฐภาคีต้องจัดตั้งหน่วยงานหรือกำหนดอำนาจหน้าที่ให้หน่วยงานที่มีอยู่ในการพิจารณาออกใบอนุญาตให้ทำการทิ้งของเสียหรือขยะลงสู่ทะเล โดยหน่วยงานที่บังคับใช้ต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการนำมาตราทางวิทยาศาสตร์ เทคนิคและเศรษฐศาสตร์ด้วยในอันที่จะทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าไม่มีวิธีอื่นใดที่จะสามารถนำมาใช้กำจัดของเสียหรือขยะตามที่กำหนดในภาคผนวก 1 ได้ดีไปกว่าการทิ้งลงสู่ทะเล กรณีนี้เห็นว่าประเทศไทยควรนำหลักการนี้มาใช้เป็นมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกด้วย

ง. ความรับผิดชอบและความรับผิด

สำหรับเรื่องความรับผิดชอบและความรับผิดนั้น พิธีสาร 1996 ข้อ 15 ได้กำหนดให้รัฐภาคีต้องดำเนินการพัฒนาวิธีพิจารณาเกี่ยวกับความรับผิดที่เกิดจากการทิ้งหรือเผาของเสียหรือสารอื่นลงสู่ทะเล ตามหลักของกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบของรัฐสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมของรัฐอื่นหรือต่อพื้นที่อื่นของสิ่งแวดล้อม²⁶ กรณีนี้ ผู้เขียนเห็นว่าประเทศไทยควรนำเอาหลักการในเรื่องความรับผิดชอบและความรับผิดนี้มาตราเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกหรือมีมาตรการทางกฎหมายโดยกำหนดในเรื่องความรับผิดชอบและความรับผิดไว้ด้วยเพื่อที่จะทำให้กฎหมายสามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.3.2 การบังคับให้เป็นตามพิธีสาร 1996

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่าพิธีสาร 1996 เป็นสนธิสัญญาตามกฎหมายระหว่างประเทศ จึงมีผลผูกพันรัฐที่ให้ความยินยอมเข้าร่วมเป็นภาคีแห่งพิธีสาร 1996 ส่งผลให้รัฐภาคีต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดในพิธีสาร 1996 เพื่อการควบคุมขยะ

²⁶ 1996 Protocol ,Article 15 RESPONSIBILITY AND LIABILITY

In accordance with the principles of international law regarding State responsibility for damage to the environment of other States or any other area of the environment, the Contracting Parties undertake to develop procedures regarding liability arising from dumping or incineration at sea of wastes or other matter.

พลาสติคจากการทิ้งเท โดยให้รัฐภาคีบังคับใช้มาตรการที่กำหนดในพิธีสาร 1996 ต่อเรือที่ชักธงของรัฐตน เนื่องด้วยรัฐเจ้าของสัญชาติเรือมีเขตอำนาจเพียงผู้เดียวในการบังคับใช้กฎหมายต่อเรือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเรือแล่นในทะเลหลวงตามหลักสัญชาติ (nationality principle) ส่วนการขนของเสียหรือขยะลงเรือในดินแดนของรัฐภาคีเพื่อนำไปทิ้งเทหรือเผาในทะเลนั้น รัฐภาคีมีหน้าที่บังคับใช้มาตรการตามพิธีสาร 1996 เหนือเรือทุกลำแม้ว่าเรือมีสัญชาติต่างกับรัฐภาคีก็ตาม หลักพื้นที่ (spatiality principle) นอกจากนี้ หากมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าเรือน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทิ้งเทหรือเผาในทะเลบริเวณพื้นที่ที่อยู่ในเขตอำนาจของรัฐชายฝั่งตามกฎหมายระหว่างประเทศ ได้แก่ ทะเลอาณาเขต เขตเศรษฐกิจจำเพาะ เขตไหล่ทวีป รัฐชายฝั่งมีหน้าที่บังคับใช้มาตรการตามพิธีสาร 1996 เหนือเรือนั้นด้วย ตามการใช้อำนาจรัฐชายฝั่งตามหลักพื้นที่ (spatiality principle) ส่วนพื้นที่ทางทะเลที่อยู่ถัดไปจากเขตอำนาจแห่งชาติของรัฐชายฝั่ง ได้แก่ ทะเลหลวง และบริเวณพื้นที่ นั้นจะมีเพียงรัฐเจ้าของสัญชาติเรือเท่านั้นที่มีอำนาจของรัฐในการบังคับใช้มาตรการตามพิธีสาร 1996 เหนือเรือ ตามหลักการใช้อำนาจของรัฐตามหลักสัญชาติ (national principle) และเนื่องจากพื้นที่ทะเลหลวงและบริเวณพื้นที่อาจอยู่ไกลเกินกว่าที่รัฐเจ้าของสัญชาติของเรือจะสามารถเฝ้าระวังและติดตามการทิ้งเทหรือเผาในทะเลและบังคับใช้มาตรการตามพิธีสาร 1996 เหนือเรือได้อย่างมีประสิทธิภาพ พิธีสาร 1996 ข้อ 10 วรรค 3 จึงกำหนดให้รัฐภาคีต้องร่วมมือกันในการพัฒนาขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ ตามพิธีสาร 1996 ได้อย่างมีประสิทธิภาพในพื้นที่ที่อยู่ถัดออกไปจากเขตอำนาจแห่งชาติของรัฐ รวมทั้งขั้นตอนต่าง ๆ สำหรับรายงานเกี่ยวกับการทิ้งเทหรือการเผาในทะเลที่ฝ่าฝืนพิธีสาร 1996²⁷ นอกจากนี้ พิธีสาร 1996 ข้อ 10 วรรค 2 กำหนดให้รัฐภาคีแต่ละรัฐต้องใช้มาตรการที่เหมาะสมตามกฎหมายระหว่างประเทศเพื่อป้องกันการกระทำที่ฝ่าฝืนพิธีสาร 1996 และกรณีที่ต้องลงโทษสำหรับการกระทำที่ฝ่าฝืนพิธีสาร 1996

2.4 มาตรการระหว่างประเทศเกี่ยวกับขยะพลาสติคจากการทิ้งเท

สำหรับมาตรการระหว่างประเทศในการควบคุมขยะพลาสติคจากการทิ้งเทตามพิธีสาร 1996 นั้น แยกอธิบายได้ดังนี้

2.4.1 มาตรการระดับภูมิภาค

พิธีสาร 1996 ข้อ 12 ได้กำหนดให้รัฐภาคีที่มีผลประโยชน์ร่วมกันในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางทะเลตามสภาพพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ต้องพยายามพัฒนาความร่วมมือกันในระดับภูมิภาคให้ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมวัตถุประสงค์ของพิธีสาร 1996 ตลอดจนการทำความเข้าใจความตกลงระดับภูมิภาคที่สอดคล้องกับพิธีสาร 1996 เพื่อการป้องกัน ลดและหากปฏิบัติได้เพื่อกำจัดภาวะมลพิษอันเกิดจากการทิ้งเทหรือการเผาของเสียหรือสารอื่นในทะเล โดยคำนึงถึงลักษณะภูมิศาสตร์ของภูมิภาคและรัฐภาคีต้องร่วมมือกับภาคีอื่น ๆ แห่งความตกลงระดับภูมิภาคเพื่อพัฒนากระบวนการพิจารณาที่สอดคล้องกันเพื่อที่จะให้รัฐภาคีแห่งอนุสัญญาที่ต่างกันสามารถปฏิบัติตามได้โดยไม่ขัดแย้งกับพันธกรณีแห่งอนุสัญญาที่รัฐนั้นเป็นภาคีอยู่²⁸

²⁷ 1996 Protocol, Article 10 paragraph 3

3. Contracting Parties agree to co-operate in the development of procedures for the effective application of this Protocol in areas beyond this jurisdiction of any State, including procedures for the reporting of vessels and aircraft observed dumping or incinerating at sea in contravention of this Protocol.

²⁸ 1996 Protocol, Article 12 REGIONAL CO-OPERATION

In order to further the objectives of this Protocol, Contracting Parties with common interests to protect the marine environment in a given geographical area shall endeavor, taking into account characteristic regional features, to enhance regional co-operation including the conclusion of regional agreements consistent with this Protocol for the prevention, reduction and where practicable elimination of pollution caused by dumping or incineration at sea of wastes or other matter. Contracting Parties shall seek to co-operate with the parties to regional agreements in order to develop harmonized procedures to be followed by Contracting Parties to the different conventions concerned.

2.4.2 มาตรการระดับระหว่างประเทศ

พิธีสาร 1996 ข้อ 17 กำหนดให้รัฐภาคีต้องส่งเสริมวัตถุประสงค์แห่งพิธีสาร 1996 โดยร่วมมือกับองค์การระหว่างประเทศที่มีอำนาจ²⁹ โดยองค์การระหว่างประเทศในเรื่องการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท คือ องค์การพาณิชยนาวีระหว่างประเทศ (International Marine Organization หรือ IMO) และพิธีสาร 1996 ข้อ 19 กำหนดให้องค์การพาณิชยนาวีระหว่างประเทศมีหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะสำนักเลขาธิการของพิธีสาร 1996³⁰ และกำหนดให้รัฐภาคีแห่งพิธีสาร 1996 ที่มีได้เป็นสมาชิกขององค์การพาณิชยนาวีต้องออกค่าบำรุงที่เหมาะสมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการที่องค์การพาณิชยนาวีได้ดำเนินการตามหน้าที่ตามพิธีสาร 1996 องค์การพาณิชยนาวีนี้นั้นมีหน้าที่ในการจัดการประชุมของรัฐภาคีปีละหนึ่งครั้ง เว้นแต่รัฐภาคีได้ตกลงร่วมกันเป็นอย่างอื่นและให้จัดการประชุมพิเศษของรัฐภาคีจำนวน 2 ใน 3 ของรัฐภาคีทั้งหมดที่ร้องขอให้จัดประชุมพิเศษ ให้คำแนะนำเมื่อมีการร้องขอเกี่ยวกับการบังคับใช้พิธีสาร 1996 และเกี่ยวกับแนวทางและวิธีพิจารณาที่ได้พัฒนาขึ้นตามพิธีสาร 1996 จัดเตรียมงบประมาณและบัญชีการเงินสำหรับการบริหารงานตามพิธีสาร 1996 ทุก 2 ปี และดำเนินการแจกจ่ายให้รัฐภาคีทั้งปวง และพิธีสาร 1996 ข้อ 19 วรรค 3 ได้กำหนดให้องค์การพาณิชยนาวีต้องร่วมมือกับรัฐภาคีในการประเมินสิ่งแวดล้อมทางทะเลและต้องร่วมมือกับองค์การระหว่างประเทศที่มีอำนาจเกี่ยวกับการป้องกันและควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท³¹ และข้อ 13 วรรค 2 ได้กำหนดให้มีหน้าที่ในการส่งต่อการร้องขอของรัฐภาคีเกี่ยวกับความร่วมมือด้านเทคนิคไปยังรัฐภาคีอื่น โดยคำนึงถึงความสามารถด้านเทคนิคของรัฐภาคีที่ได้รับการร้องขอนั้น การประสานการร้องขอความช่วยเหลือกับองค์การระหว่างประเทศที่มีอำนาจตามความเหมาะสม³²

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า UNCLOS กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล และประเทศไทยเป็นรัฐภาคีในอนุสัญญาดังกล่าว แต่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายภายในเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลโดยตรง ส่วนพิธีสาร 1996 นั้นแม้เป็นกฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทก็ตาม แต่ประเทศไทยมิได้เป็นภาคีในพิธีสาร 1996 ดังกล่าวทำให้ประเทศไทยไม่ต้องอนุวัติการกฎหมายภายในตามพิธีสาร 1996 อย่างไรก็ตาม เพื่อให้กฎหมายภายในของประเทศไทยเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอันเป็นการคุ้มครองและ

²⁹ 1996 Protocol, Article 17 INTERNATIONAL CO-OPERATION

Contracting Parties shall promote the objectives of this Protocol within the competent international organizations.

³⁰ 1996 Protocol, Article 19 DUTIES OF THE ORGANIZATION

1.the Organization shall be responsible for Secretariat duties in relation to this Protocol. Any Contracting Party to this Protocol not being a member of this Organization shall make an appropriate contribution to the express incurred by the Organization in performing these duties.

³¹ 1996 Protocol, Article 19 Paragraph 3 DUTIES OF THE ORGANIZATION

3.The Organizations shall , subject to the availability of adequate resources , in addition to the requirements set out in article 13.2.3

1 collaborate in assessments of the state of the marine environment; and

2 co-operate with competent international organizations concerned with the prevention and control pollution.

³² 1996 Protocol, Article 13 Paragraph 2 TECHNICAL CO-OPERATION AND ASSISTANCE

2.The Organizations shall perform the following function:

.1 forward requests from Contracting Parties for technical co-operation to other Contracting Parties, taking into account such factors as technical capabilities;

.2 co-ordinate requests for assistance with other competent international organizations, as appropriate; and

รักษาสีสิ่งแวดล้อมทางทะเล ประเทศไทยควรนำหลักการตามพิธีสาร 1996 มากำหนดเป็นกฎหมายภายในและนโยบายในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลด้วย และรวมทั้งการร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการถือปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันเพื่อการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลอย่างยั่งยืนสืบไป

การควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทตามนโยบายและกฎหมายของประเทศไทย

1. นโยบายและกฎหมายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท

สำหรับนโยบายและกฎหมายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท แยกพิจารณาได้ ดังนี้

1.1 นโยบายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท

นโยบายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท อาทิ

1.1.1 นโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้จัดทำนโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ขึ้นโดยมีวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมดุลและยั่งยืนและเป็นสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” มีเป้าหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเล คือ นโยบายสร้างการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน โดยมุ่งให้ความสำคัญต่อการจัดการที่ต้นทางก่อให้เกิดของเสียและมลพิษน้อยที่สุด โดยมีตัวชี้วัดนโยบายดังกล่าว คือ มีสัดส่วนการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่เพิ่มขึ้น ปริมาณขยะที่เข้าระบบกำจัดขั้นสุดท้ายลดลง คุณภาพน้ำในแหล่งน้ำทะเลอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้น ความหนาแน่นของขยะพลาสติกในทะเลต่อตารางกิโลเมตรลดลง จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่านโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 มีนโยบายที่เกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลโดยตรง

1.1.2 แผนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560 -2564

แผนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560 -2564 เป็นแผนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลคือ ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและเป็นธรรม และมีกลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วยแผนงานทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง โดยในแผนดังกล่าวนี้ได้รายงานสถานการณ์ปัญหาขยะในทะเลว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตในทะเลเป็นอย่างมากในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2552-2557 และแผนดังกล่าวมีแนวคิด หลักการ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560-2564 ได้น้อมนำพระราชดำรัสและหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 จะเห็นได้ว่าแผนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2560 -2564 มีนโยบายในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท

1.2 กฎหมายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท

กฎหมายของประเทศไทยในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท อาทิ

1.2.1 พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456

พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 ได้ให้นิยามคำว่า “น่านน้ำไทย” ว่า บรรดาน่านน้ำที่อยู่ภายใต้อำนาจอธิปไตยของราชอาณาจักรไทย และในกรณีตามมาตรา 117 มาตรา 119 มาตรา 119 ทวิ มาตรา 120 มาตรา 121 มาตรา 204 และมาตรา 220 แห่งพระราชบัญญัติ การเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 ให้หมายความรวมถึงน่านน้ำที่อยู่ในเขตต่อเนื่องของราชอาณาจักรไทยด้วย โดยมาตรา 119 ได้กำหนดห้ามบุคคลใดทิ้ง หรือทำด้วยประการใด ๆ ให้หิน กรวด หวาย ดิน

โคลน อับเฉา สิ่งของหรือสิ่งปฏิกูลใด ๆ ยกเว้นน้ำมันและเคมีภัณฑ์ลงในแม่น้ำ ลำคลอง บึง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบ อันเป็นทางสัญจรของประชาชนหรือประชาชนใช้ประโยชน์ร่วมกันหรือทะเลภายในน่านน้ำไทย อันจะเป็นเหตุให้เกิดการตื่นเงิน ตกตะกอนหรือสกปรก เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าท่า ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และต้องชดใช้เงินค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียในการขจัดสิ่งเหล่านั้นด้วย ซึ่งบทบัญญัตินี้คุ้มครองแหล่งน้ำทั่วไปรวมถึงน่านน้ำไทยจากการเท ทั้งสิ่งปฏิกูลซึ่งขยะพลาสติกเป็นสิ่งปฏิกูล บทบัญญัตินี้จึงเป็นบทบัญญัติควบคุมขยะพลาสติกลงสู่แหล่งน้ำซึ่งเป็นการควบคุมขยะพลาสติกมิให้ไหลลงสู่ทะเลในที่สุด อย่างไรก็ตาม การเท ทั้งในแหล่งน้ำและน่านน้ำไทยอันจะเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 มาตรา 119 ต้องเป็นเหตุให้เกิดการตื่นเงิน ตกตะกอนซึ่งบทบัญญัติดังกล่าวมิได้อธิบายถึงระดับของการตื่นเงินหรือการตกตะกอนซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาในการตีความกฎหมาย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าพระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 มาตรา 119 จะมีปัญหาในเรื่องของการตีความเกี่ยวกับการตื่นเงินหรือการตกตะกอนที่อาจส่งผลให้มีความผิดไม่ว่าการตื่นเงินหรือตกตะกอนอยู่ในระดับมากน้อยเพียงใด และบทบัญญัตินี้ได้กำหนดให้ผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 มาตรา 119 ยังมีหน้าที่ต้องชดใช้ค่าใช้จ่ายที่ราชการต้องเสียไปในการขจัดสิ่งสกปรกที่เกิดการตื่นเงินหรือตกตะกอนอันเป็นการนำหลักการในเรื่องของผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติโดยเฉพาะในเรื่องของการคุ้มครองแหล่งน้ำหรือน่านน้ำไทยจากการการเท ทั้งสิ่งปฏิกูลลงสู่แหล่งน้ำหรือน่านน้ำไทยอันเป็นการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลหรือแหล่งน้ำ ยังไม่ปรากฏว่ามีการเรียกเก็บค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายจากการเทหรือทั้งสิ่งของหรือสิ่งปฏิกูลแต่อย่างใด (อำนาจ วงศ์บัณฑิต, 2563)

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 มาตรา 119 ทวิ วางหลักห้ามมิให้ผู้ใดเททิ้ง หรือทำด้วยประการใด ๆ ให้น้ำมันและเคมีภัณฑ์หรือสิ่งใด ๆ ลงในแม่น้ำ ลำคลอง บึง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบอันเป็นทางสัญจรของประชาชนหรือที่ประชาชนใช้ประโยชน์ร่วมกัน หรือทะเลภายในน่านน้ำไทยอันอาจจะเป็นเหตุให้เกิดพิษต่อสิ่งมีชีวิตหรือต่อสิ่งแวดล้อม หรืออันตรายต่อการเดินเรือในแม่น้ำ ลำคลอง บึง บาง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบดังกล่าว ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และต้องชดใช้เงินค่าเสียหายที่ต้องเสียไปในการแก้ไขสิ่งที่เปื้อนพิษ หรือชดใช้ค่าเสียหายเหล่านั้นด้วย จากบทบัญญัตินี้จะเห็นได้ว่า มาตรา 119 ทวิ มีวัตถุประสงค์ในการป้องกันมิให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดก่อให้เกิดมลพิษแก่แหล่งน้ำทั่วไปและทะเลภายในน่านน้ำ ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลนั้นเฉพาะกรณี “เท ทิ้ง หรือทำด้วยประการใด ๆ ให้สิ่งใด ๆ ลงในแม่น้ำ ลำคลอง บึง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบอันเป็นทางสัญจรของประชาชนหรือที่ประชาชนใช้ประโยชน์ร่วมกัน หรือทะเลภายในน่านน้ำไทยอันอาจจะเป็นเหตุให้เกิดพิษต่อสิ่งมีชีวิตหรือต่อสิ่งแวดล้อม หรืออันตรายต่อการเดินเรือในแม่น้ำ ลำคลอง บึง บาง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบดังกล่าว” ซึ่งการจะเป็นความผิดตามมาตรา 119 ต้องเป็นเหตุให้เกิดพิษต่อสิ่งมีชีวิตหรือต่อสิ่งแวดล้อม หรืออันตรายต่อการเดินเรือในแม่น้ำ ลำคลอง บึง บาง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบดังกล่าว นับว่ามาตรานี้เป็นมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเท ซึ่งหากฝ่าฝืนมีบทลงโทษกล่าวคือ โทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเมื่อเทียบกับโทษตามมาตรา 119 แล้วจะเห็นว่าโทษสูงกว่า อีกทั้งต้องชดใช้เงินค่าเสียหายที่ต้องเสียไปในการแก้ไขสิ่งที่เปื้อนพิษ หรือชดใช้ค่าเสียหายเหล่านั้นด้วย เฉกเช่นความผิดตามมาตรา 119 ตามที่กล่าวข้างต้น

อย่างไรก็ดี แม้ว่าพระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456 จะมีบทบัญญัติควบคุมขยะพลาสติกลงสู่แหล่งน้ำซึ่งเป็นการควบคุมขยะพลาสติกมิให้ไหลลงสู่ทะเลอันเป็นการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทก็ตาม แต่ด้วยพระราชบัญญัตินี้มีโทษน้อยไป เมื่อเทียบกับความเสียหายต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางทะเล อีกทั้งต้องตีความกฎหมายอันอาจทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติอันส่งผลทำให้เกิดปัญหาขยะพลาสติกในทะเลมีจำนวนมากขึ้น

2. สรุป

UNCLOS ได้กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมขยะพลาสติกซึ่งเป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล ซึ่งประเทศไทยเป็นรัฐภาคีในอนุสัญญาดังกล่าว จวบจนปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายภายในเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทโดยตรง สำหรับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทนั้น UNCLOS เพียงแต่กำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไปว่ารัฐเจ้าของธง รัฐชายฝั่ง รัฐเจ้าของท่าเรือจะต้องป้องกัน ลดและควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทโดยการออกกฎหมายและข้อบังคับของตนเพื่ออนุวัติให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์และมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศ หรือที่ประชุมทางการทูตเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเท ตลอดทั้งบังคับให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ กฎเกณฑ์และมาตรฐานโดยรัฐต่าง ๆ ดังนั้น จึงควรนำกฎเกณฑ์และมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศ หรือที่ประชุมทางการทูตเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทมาตราเป็นกฎหมายทั้งภายในและระดับภูมิภาคด้วย ส่วนพิธีสาร 1996 นั้นแม้เป็นกฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกจากการทิ้งเทก็ตาม แต่ประเทศไทยมิได้เป็นภาคีในพิธีสาร 1996 ดังกล่าวทำให้ประเทศไทยไม่ต้องอนุวัติการกฎหมายภายในตามพิธีสาร 1996 อย่างไรก็ดี เพื่อให้กฎหมายภายในของประเทศไทยเกี่ยวกับการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลจากการทิ้งเทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอันเป็นการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล ประเทศไทยควรนำหลักการตามพิธีสาร 1996 มากำหนดเป็นกฎหมายภายในและนโยบายในการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลด้วย และรวมทั้งการร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการถือปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันเพื่อการควบคุมขยะพลาสติกในทะเลอย่างยั่งยืนสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- เชมจุฑา สุวรรณจินดา. (2558). *การคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลจากภาวะมลพิษจากแหล่งบนบก* Protection and Preservation of the Marine Environment from Land-Based Source Pollution. สำนักพิมพ์วิญญูชน
- จุมพต สายสุนทร. (2560). *กฎหมายสีงแวดล้อมระหว่างประเทศ การคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล* (Protection and Preservation of the Marine Environment) (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์วิญญูชน
- จุมพต สายสุนทร. (2561). *กฎหมายระหว่างประเทศ เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 13). สำนักพิมพ์วิญญูชน
- จุมพต สายสุนทร. (2561). *กฎหมายระหว่างประเทศ เล่ม 2* (พิมพ์ครั้งที่ 11). สำนักพิมพ์วิญญูชน
- อำนาจ วงศ์บัณฑิต. (2563). *กฎหมายสีงแวดล้อม* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์วิญญูชน
- UNEP. (2016). *Marine Plastic Debris & Microplastics Global Lessons and Research to inspire action and guide policy change*
- Jenna R. Jambeck , Roland Geyer, Chris Wilcox, Theodore R. Siegler , Miriam Perryman, Anthony Andrady , Ramani Narayan , Kara Lavender Law. (2015). *Plastic waste inputs from land into the ocean*. Retrieved 17 March 2020 from <https://science.sciencemag.org/content/347/6223/768>

“สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” บทประพันธ์ส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำจันทบุรี

COMPOSITION OF THE RIVER OF CHANTHABOON

เอกวิชัย เรืองจรูญ¹ ศุภศิระ ทวีชัย² และ พิสุทธิ์ การบุญ³

Ekkawit Ruangcharoon, Supasira Tawichai and Phisut Kanboon

Article History

Received: 03-02-2023; Revised: 05-03-2023; Accepted: 08-03-2023

บทคัดย่อ

การสร้างสรรค์บทประพันธ์ “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนริมน้ำจังหวัดจันทบุรี โดยผ่านการถ่ายทอดสุนทรียภาพทางด้านดนตรีและความงามทางด้านภาษาผู้เขียนได้นำเสนอเรื่องราวผ่านบทประพันธ์ดนตรีแบบพรรณนา นำเสนอทำนองย่อยจากโน้ต C B A ที่ได้มาจากตัวอักษรคำว่า Chanthaburi มาจัดเรียงให้เกิดเป็นทำนองใหม่ ควบคู่กับพุดบรรยายเรื่องราวผ่านบทร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหาร บทเพลงประกอบด้วย 4 องค์ มีความยาวรวม 9 นาที บรรเลงด้วยวงดุริยางค์เครื่องลมขนาดมาตรฐานผสมผสานกับเครื่องดนตรีไทย รังสรรค์สำเนียงเสียงแบบตะวันตกและตะวันออกเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดสุนทรียภาพทั้งทางด้านดนตรีและด้านภาษาอันเป็นวัฒนธรรมของไทย ผลที่ได้จากการสร้างสรรค์บทประพันธ์ “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” นำไปสู่การทอดความรู้และประสบการณ์สุนทรียศาสตร์ทางการฟัง เป็นการบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางด้านดนตรีและด้านความงามทางภาษาไทย พร้อมทั้งสอดแทรกความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์ مرتดไทยให้สืบต่อไป

คำสำคัญ: บทประพันธ์; ชุมชนริมน้ำ; ดนตรีพรรณนา; บทร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหาร

ABSTRACT

The purpose of creative composition titled “The River of Chanthaboon” is to convey the history of the riverfront community. The authors present the story through a descriptive musical composition along with telling story through descriptive speech. The composition will be present by idea of 3 notes, C B A which are

¹⁻² อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: ekkawit.r@rbru.ac.th *Corresponding author

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof., Ph.D., Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University

syllables from Chanthaburi, music will be arranged along with descriptive speech in Thai. This composition consist of 4 movements with a total length of 9 minutes, performed by a Standard Wind Symphonic Band combining with Thai musical instruments, creating Western and Eastern accents together in order to create aesthetic both in terms of music and language which is another culture of Thailand. The result of this study will be new experience in integration of musical aesthetic and language which can lead to presenting and conserving Thai culture and literature.

Keywords: Composition; Riverfront Community; Program music; Descriptive speech

1. บทนำ

บทประพันธ์เพลง “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์สำหรับเผยแพร่ เรื่องราวศิลปะ วัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี เป็นสื่อความรู้ในการฝึกทักษะทางด้านดนตรี ของกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ “เล่าเรื่องเมืองจันท” ภายใต้โครงการ “การส่งเสริมการศึกษารอบด้านให้เด็กและเยาวชนมีคุณภาพพร้อมสู่สากล” ผู้เขียนจึงได้นำเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี มาถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องในลักษณะรูปแบบของบทเพลงความคู่กับการบรรยายเชิงพรรณนา

ชุมชนริมน้ำจันทบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในจังหวัดจันทบุรี มีอายุมากกว่า 200 ปี ผู้คนในชุมชนมี 3 เชื้อชาติ 3 ความเชื่อ อาศัยอยู่ร่วมกันทำให้เกิดวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณีที่หลากหลาย นับเป็นลักษณะที่โดดเด่นของชุมชนแห่งนี้ ทั้งชาวไทย ชาวจีนและชาวจีนต่างมีสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทางจิตใจที่แตกต่างกันออกไป หลักฐานไทยพุทธ ได้แก่ วัดจันทนาราม วัดโบสถ์เมืองซึ่งตั้งอยู่ 2 ฝั่งของแม่น้ำจันทบุรี ส่วนชาวจีนหรือชาวเวียดนามนั้น สันนิษฐานว่าน่าจะย้ายมาอาศัยอยู่ในประเทศไทยในสมัยรัตนโกสินตอนต้นมีทั้งญวนพุทธและญวนคริสต์ วัดญวนที่นับถือศาสนาพุทธมหายาน ฝ่ายอนัมนิกาย ปรากฏหลักฐานชื่อ วัดเขตรนาคูญาราม ชาวจีนที่นับถือศาสนาคริสต์ ปรากฏหลักฐานคือ อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิณิรมล เป็นวัดที่มีความสวยงามและใหญ่แห่งหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนชาวจีนที่หนีภัยมาจากแผ่นดินใหญ่นั้น ปรากฏหลักฐานคือ ศาลเจ้าหลายแห่งตามสองฝั่งของแม่น้ำจันทบุรี (รัตนิน สุพลพัฒน์, 2556)

จากที่กล่าวมาจึงทำให้ชุมชนริมน้ำจันทบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเหล่านักท่องเที่ยว มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ควรค่าแก่การชื่นชมว่าศึกษา เป็นแบบอย่างอันดีให้กับสังคมทั่วไป ผู้เขียนจึงมีความตั้งใจที่สร้างสรรค์ผลงานดนตรีให้เป็นสื่อต่อบอกเล่าความงามทางวัฒนธรรม ความเชื่อของชุมชนริมแม่น้ำจันทบุรีแห่งนี้ ผ่านบทประพันธ์เพลง “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี”

สำหรับบทประพันธ์เพลง “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” เป็นบทประพันธ์รูปแบบดนตรีพรรณนา (Program music) ออกแสดงเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ.2561 บรรเลงโดยวงดุริยางค์เยาวชนเครื่องลมแห่งจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสมาชิกประกอบด้วยนักเรียน นักศึกษาดุริยางค์ จากสถาบันการศึกษาในจังหวัดจันทบุรีมีทั้งสิ้น 11 โรงเรียน และ 1 มหาวิทยาลัย เล่าถึงความเป็นมาของการเกิดชุมชนริมน้ำจันทบุรี ที่มีหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายศาสนา หลากหลายวัฒนธรรมความเชื่อ ประพันธ์ขึ้นสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลม แสดงสีสันเสียงแบบไทย ผสมผสานกับการเรียบเรียงดนตรีสากลตะวันตก ก่อเกิดท่วงทำนอง สีสันของเสียง ที่มีลักษณะโดดเด่นทั้งแบบตะวันตกและตะวันออก รัชชา พันธเจริญ (2559, pp. 11-113) ได้กล่าวถึงประยุกต์ใช้เทคนิคดนตรีตะวันตกในการประพันธ์เพลงไทยว่า มีด้วยกันสามด้าน ได้แก่ การวางเสียงประสาน การประดิษฐ์ทำนอง และการจัดจังหวะ ซึ่งผู้เขียนได้ใช้กระบวนการเหล่านี้ในกันประพันธ์เช่นกัน นอกจากนี้บทประพันธ์ยังได้มีการนำกลุ่มทำนองที่ผู้ประพันธ์สร้างขึ้นจากตัวสะกดคำ

ว่า CHANTHABURI โดยเลือกใช้ตัวอักษรที่ตรงกับระบบการอ่านโน้ตดนตรีสากลเป็นทำนองที่เชื่อมโยงให้บทเพลงมีความสัมพันธ์กัน เพื่อสร้างลักษณะเด่นของบทประพันธ์

ตัวอย่างการกำหนดตัวโน้ตดังนี้



ตัวอย่างทำนองย่อที่มีโน้ตจากโน้ตที่กำหนด



เนื่องจากบทประพันธ์นี้ผู้เขียนมีความตั้งใจที่จะถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจังหวัดจันทบุรี สิ่งสำคัญที่สุดคือการถ่ายทอดเนื้อหาให้ถึงแก่ผู้ฟัง จึงเพิ่มบทประพันธ์ร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหารมาประกอบกับบทเพลง ช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจและเข้าถึงความหมายของบทเพลงมากขึ้น เข้าถึงองค์ประกอบของสุนทรียทางดนตรีมากขึ้น พร้อมกับรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ชัดเจนยิ่งขึ้น บทร้อยแก้วประกอบการบรรเลงดนตรี ประพันธ์ขึ้น โดย ครูอุรวารณ เรื่องจรรยา รูปแบบการประพันธ์เป็นบทร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหาร ผู้เขียนได้นำบทร้อยแก้วดังกล่าวมาเรียบเรียงประกอบดนตรีและประพันธ์ทำนองขึ้นให้เป็นเนื้อเดียวกัน ก่อเกิดอารมณ์ในการฟังดนตรียิ่งขึ้น เนื่องจากบทประพันธ์นั้นสอดคล้องกลมกลืนกันอย่างลงตัว นรอรธ จันทกล้า (2559, pp. 73) ได้กล่าวถึงการประพันธ์ในลักษณะเดียวกันนี้ในทิศทางเดียวกันว่า การใช้ทำนองที่มีความไพเราะเข้ากับเสียงสูงต่ำของภาษาไทย และการเรียบเรียงดนตรีที่ถูกต้องตามหลักทฤษฎีตะวันตกได้สร้างแนวทางใหม่ที่มีสำเนียงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

จากการค้นคว้าหาข้อมูล รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง สืบค้นข้อมูลจากหอจดหมายเหตุจังหวัดจันทบุรี สัมภาษณ์ ครูปัญญาพล บุญณชัยกุล ผู้อำนวยการทางด้านประวัติศาสตร์จันทบุรี นำมาตีความ วิเคราะห์เนื้อหา แล้วจึงนำสู่กระบวนการประพันธ์บทเพลงให้เนื้อหาเป็นทิศทางเดียวกัน บทประพันธ์แบ่งเป็น 4 ท่อน ได้แก่

1. บทนำ ฉันทคือใคร เกริ่นนำเพื่อเข้าสู่เนื้อเรื่องที่แสดงให้เห็นจินตภาพในปัจจุบัน
2. ย้อนไป 300 ปี เล่าจุดเริ่มเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่ทำให้เกิด วัฒนธรรมความเชื่อ ศาสนา และชุมชน
3. วัฒนธรรมสองฟากฝั่ง พรรณนาถึงวัฒนธรรมของแต่ละชาติ แต่ละศาสนา แต่ละความเชื่อ ที่อยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว
4. การเสด็จพระราชดำเนิน เล่าเหตุการณ์สำคัญในการเสด็จพระราชดำเนินของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ห้า

ผู้เขียนสร้างทำนองโดยการยึดระดับเสียงที่กำหนดแล้วนำมาจัดเรียง เสริมแต่งให้เกิดลักษณะทำนองเป็นเอกลักษณ์ให้จังหวะ สนับสนุนการดำเนินเนื้อเรื่องอย่างเหมาะสม โดยแต่ละท่อนเพลงจะมีสีสันของเสียงที่ต่างกันไปตามเนื้อหา และบรรยากาศการนำเสนอเนื้อเรื่อง

ตัวอย่างทำนองหลักในแต่ละท่อนเพลง

1. บทนำ ฉันทาคือใคร



1.1 การบรรเลงเครื่องดนตรีไทย

ในตอนี่ 3 (วัฒนธรรมสองฝากฝั่ง) กล่าวถึงวัฒนธรรม ประเพณี ที่กล่าวถึงเหตุการณ์ที่ประทับใจของชาวจันทบุรี ผู้เขียนได้นำ ขลุ่ย ฉิ่ง ฉาบ มาใช้ประกอบการบรรเลง เพื่อให้บรรยากาศที่สนุกสนานแบบงานประเพณี งานวัด การละเล่นไทย ร่าเริง เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการสร้างบรรยากาศงานประเพณี ยังใช้เสียง ซอ ในตอนที่ 4 (การเสด็จพระราชดำเนิน) สร้างความรู้สึก คิดถึง หวนรำลึก ปลื้มปิติ โดยใช้สีสันทันของเสียงของซอ และเทคนิคการบรรเลงสำเนียงไทย เช่น การเอื้อนเสียง การสะบัดโน้ต เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศย้อนยุคของอดีตอันงดงาม ซึ่งศักดิ์ศรี วงศ์ธราดล (2559, pp. 75-76) ได้กล่าวถึงเทคนิคการประพันธ์ในลักษณะนี้ว่า การใช้บันไดเสียงเพนทาโทนิคกำหนดให้บรรเลงด้วยลักษณะจังหวะและทิศทางทำนองที่ใช้โน้ตสะบัด หรือการเอื้อนทำให้เกิดลักษณะของแนวทำนองที่มีเสียงคล้ายทำนองไทย

1.2 การประยุกต์ใช้สำเนียงไทย

การดำเนินทำนอง หรือทำนองสอดประสาน ใช้สำเนียงทางดนตรีไทยจากการใช้บันไดเสียงเพนทาโทนิค นอกเหนือจากทำนองแล้ว ใช้การเอื้อนเสียง การสะบัด ในการเลียนเทคนิคสำเนียงการบรรเลงดนตรีไทย เป็นจุดเด่นของบทเพลงที่สร้างบรรยากาศทางดนตรีให้มีกลิ่นอายดนตรีไทย ผสมผสานกับการเรียบเรียงดนตรีแบบตะวันตก

ตัวอย่าง ทำนองสอดประสาน ที่สร้างขึ้นจากบันไดเสียงเพนทาโทนิค



จากตัวอย่างเป็นการใช้บันไดเสียงเพนทาโทนิคเคลื่อนไหวบนกลุ่มจังหวะหกพยางค์ที่ต้องการสื่อถึงบรรยากาศเหมือนสายน้ำสายลมที่กำลังเคลื่อนไหว หรืออีกหนึ่งตัวอย่างที่แสดงถึงการเล่นทำนองที่สร้างจากบันไดเสียงเพนทาโทนิค สร้างกลิ่นอายความเป็นไทย คือ ทำนองในตอนี่ 3 (วัฒนธรรมสองฝากฝั่ง) เป็นตอนเพลงที่มีการเปลี่ยนองประกอบของทำนองจากโน้ตทำนองที่สร้างขึ้น มาเป็นทำนองสำเนียงไทย โดยใช้ขลุ่ยนำเสนอนำทำนองหลักพร้อมกับประกอบจังหวะจาก ฉิ่ง ฉาบ กรับ โหม่ง ช่วยเพิ่มสีสันในการสร้างบรรยากาศ ของประเพณีพื้นบ้านแบบไทยได้ดี

ตัวอย่าง ทำนองสำเนียงไทยที่สร้างขึ้นจากบันไดเสียงเพนทาโทนิค



2.ด้านภาษา การนำเสนอบทร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหาร

การนำเสนอบทร้อยแก้วสำหรับการบรรยายประกอบบทเพลง ได้ใช้ความงามทางด้านภาษาอย่างหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เป็นการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางภาษาไทย ภัทรพงศ์, จิรัชมิตร, และกนกวรรณ (2563, pp. 32) ได้อธิบายว่า การใช้สำนวนโวหาร การนำเสนอความคิดสามารถสื่ออารมณ์ จากผู้เขียนไปถึง ผู้อ่าน จากผู้อ่านไปถึงผู้พูด เป็นการใช้ภาษาให้เกิดภาพในใจ สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้ฟังผู้อ่านได้ดี ในทิศทางเดียวกัน ปฏิพันธ์ อุทนานุกุล (2562, pp.124-125) ได้พูดถึงการใช้สำนวน

โวหารว่า การใช้โวหารในการเรียบเรียงถ้อยคำทำให้เกิดความซาบซึ้งความเข้าใจมากกว่าการเขียนแบบธรรมดา ซึ่งบทประพันธ์นี้จะพบการใช้สำนวนโวหารให้ผู้ฟังเกิดจิตตภาพด้วยกันหลายสำนวน เช่น

2.1 ความงามด้านโวหารภาพพจน์ประเภทบุคคลวิัต มีการเปรียบเทียบสิ่งที่ไม่มีชีวิตให้มีชีวิตเหมือนมนุษย์ เห็นได้จากข้อความว่า “ฉันเห็นต้นไม้... ป่า... เขา.. ยิ้มรับให้กันด้วยไมตรี” ซึ่งคำว่า ฉัน เห็น ยิ้ม เป็นการเปรียบเทียบกริยาของมนุษย์กับแม่น้ำจันทบุรีที่เป็นตัวละครสำคัญให้มีการเคลื่อนไหวเหมือนมนุษย์ในการดำเนินเนื้อเรื่อง

2.2 ความงามด้านโวหารภาพพจน์ประเภทอุปมาโวหาร มีการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งให้เหมือนกับสิ่งหนึ่ง เห็นได้จากข้อความว่า “ดูราวจิตรกรเอกจากสวรรค์มาแต่งแต้มสีสันเพื่อวาดภาพแก่ทุกสรรพสิ่ง”

2.3 ความงามด้านโวหารภาพพจน์ประเภทคำพิพากย์หรือคำตรงข้าม เห็นได้จากข้อความว่า “มีชาวจีน และชาวญวน ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่”

2.4 ความงามด้านโวหารภาพพจน์ประเภทสัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความคิดเชื่อมโยง เห็นได้จากข้อความว่า “อีกฟากฝั่งเป็นสถานที่ก่อเกิดเมล็ดพันธุ์แห่งพระเจ้า ”

2.5 ความงามด้านโวหารภาพพจน์ประเภทอุปลักษณ์ ที่ทำให้ผู้ฟังคิดภาพเปรียบเทียบตาม ซึ่งปรากฏในช่วงสุดท้าย เห็นได้จากข้อความว่า “ฉันคือ ...สายธาร..แห่งลุ่มน้ำจันทบุรี...”

2.6 ความงามด้านจินตภาพประเภทพรรณนาโวหาร โดยใช้ภาษาที่สละสลวยที่ฟังแล้วเห็นภาพในจินตนาการ เห็นได้จากข้อความว่า “รัชกาลที่ 5 พระองค์เสด็จพระราชดำเนินเยือนบ้านเรือนทั้งสองฟากฝั่ง หน้าศาลเจ้าประทับธงเป็นรายริ้วปลิวสลอนโดยเฉพาะด้านหน้าอาสนวิหาร มีธงชาวญวนประดับประดา”

2.7 ความงามด้านจินตภาพ ใช้ถ้อยคำส่งผลให้ผู้ฟังนึกถึงภาพในอดีตได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากข้อความว่า “บางครั้งฉันเห็นแวตาลิงโลดด้วยความหว่ง ผู้นำของเขาเหล่านั้นอยู่เฉยสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำตนขึ้นฝั่ง... ณ สถานที่แห่งนี้จึงมากด้วยวัฒนธรรม มากด้วยความเชื่อ แต่...สามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างสันติสุข ”

2.8 ความงามด้านจินตภาพประเภทพรรณนาภาพ แสง สี เสียง ได้ครบถ้วน เห็นได้จากข้อความว่า “คราเมื่อพระองค์เสด็จผ่านวัดคาทอลิก ก็มีเสียงกลองตีรัว เสียงปี่นึ่งสลุคครั้งละ 6 นัด เสียงระฆัง เสียงมโหรี เสียงไซโยโห่ร้อง ถวายความจงรักภักดีไว้เหนือเกล้าเหนือกระหม่อม”

2.9 ความงามด้านการสรรคำประเภทนาฏการ เมื่อฟังแล้วได้เห็นภาพแห่งการเคลื่อนไหว เห็นได้จากข้อความว่า “บางครั้งทอดทอยทั้งกิ่งลมสัมผัสกับผิวน้ำ ...บางครั้งพลิ้วไหวไปตามแรงลม”

2.10 ความงามด้านการซ้ำคำ เห็นได้จากข้อความว่า “เสียงหัวเราะ... เสียงเพลงลอยกระทง... เพลงราว... เพลงเรือ...” “บ้างซื่อ บ้างขวย บ้างทักทาย บ้างเจรจา”

ทั้งหมดนี้จะพบได้ในบทร้อยแก้วเชิงพรรณนาโวหารประกอบดนตรี “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” ถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม พร้อมทั้งนำเสนอความงามทางภาษาที่เป็นอัตลักษณ์อันงดงามของไทย

บทประพันธ์พรรณนา สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบูร

บทประพันธ์ อรุณวรรณ เรื่องจรูญ

ฉันอยู่ที่นี้มานานแสนนาน..ฉันอาศัยอยู่สองฟากฝั่งจะมีใครรู้บ้างว่า... “ฉันคือใคร?”

ในยามเช้า..ขณะที่พระอาทิตย์ดวงกลมโตกำลังจะโผล่พ้นยอดเขา..เพื่อทอแสงอันอบอุ่น ขอบฟ้าเริ่มเรือ่ เรืองรองด้วยแสงสีทอง..สีเงิน...และสีส้ม ดูราวจิตรกรเอกจากสวรรค์มาแต่งแต้มสีสันเพื่ออวดภาพแก่ทุกสรรพสิ่ง ฉันเดินทางอย่างสบายอารมณ์

ผิวของฉันยามต้องแสงแห่งรุ่งอรุณ...เกิดเป็นแสงระยิบระยับ ฉันเห็นต้นลำพู ต้นไทรย้อย ยืนตระหง่าน เรียงรายอยู่ตามฟากฝั่งของริมแม่น้ำ บางกิ่งทอดห้อยทิ้งกิ่งลงมาสัมผัสกับผิวน้ำ ...บางครั้งพลิวไหวไปตามแรงลม... ฉันเห็นต้นไม้... ป่า... เขา.. ยืนรับให้กันด้วยไมตรี

นับย้อนเมื่อสามร้อยปีเศษ มีชาวจีน และชาวยวน ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ เล่นเรือสำเภาจากแผ่นดินตลิ่งสู่แคว้น

จันทบูร... ฉันรู้ว่า ชาวจีนหนีความอดอยาก ...ชาวยวนหนีการถูกเบียดเบียน... บางครั้งฉันเห็นแวตาทาเขาอดโรย เพราะต้องฝ่าพายุฝน ...บางครั้งเรือของเขาก็แตกถูกทำลายไปกับคลื่นใหญ่ในท้องทะเลลึก... บางครั้งฉันเห็นแวตาลิงโลดด้วยความหวัง ผู้นำของเขาเหล่านั้นอยู่เชิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำตนขึ้นฝั่ง... ณ สถานที่แห่งนี้จึงมากด้วยวัฒนธรรม มากด้วยความเชื่อ แต่...สามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างสันติสุข

ในความสันติสุขนั้น ฉันเห็นผู้คนทั้งสองฟากฝั่ง โนน... วัดจันทนาราม ในวันลอยกระทงมีประทีปโคมไฟเรืองรอง

เสียงหัวเราะ... เสียงเพลงลอยกระทง... เพลงรำวง... เพลงเรือ... ดังเป็นระยะๆ โนน... วัดโบสถ์เมือง พระสงฆ์ และผู้คน...ต่างชาติ ต่างภาษา เดินทางขึ้น ต่างลงที่ท่าหน้าด้วยรอยยิ้ม นั่น... วัดยวนหรือวัดเขตรักษาพันธุ์อุทยาน วัดพุทธศาสนมหายานฝ่ายอัมมิกาย ชาวยวน ไทย จีน มาทำบุญ เพื่อบูชาดวงพรเคราะห์ และไล่กันนั้น... เป็นตลาดค้าขาย สามชาติ สามภาษา เดินผ่านไปมาซึกซอกข้างซอกข้าง ข้างซ้าย ข้างขวา ข้างหักท่าย ข้างเจรจา ด้วยแวตาทาแห่งมิตร ฝั่งตะวันออกมีศาลเจ้าของชาวจีนถึง 5 แห่ง มีคติธรรม คือ

ความกตัญญู เป็นสำคัญ ยามมีเทศกาลถือศีล กินเจ ต่างสวมชุดขาว ร่วมเทศกาลอย่างคึกคัก อีกฟากฝั่งเป็นสถานที่ก่อเกิดเมล็ดพันธุ์แห่งพระเจ้า คือ อาสนวิหาร พระนางมารีอา ปฏิสนธินิรมล ก่อสร้างด้วยสถาปัตยกรรมแบบโกธิค อันแข็งแรง สง่างาม ยิ่งใหญ่ งดงามที่สุด

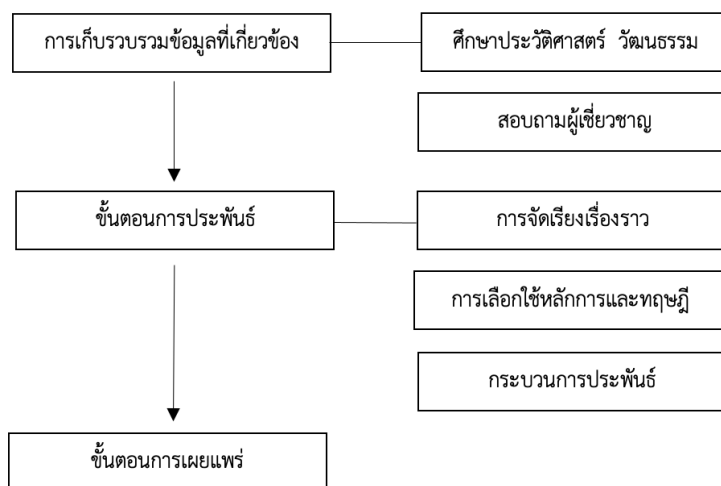
อีกหนึ่งเหตุการณ์ที่ฉันยังคงประทับใจไม่รู้ลืม... สมัยรัตนโกสินทร์...ฉันได้เข้าเฝ้าพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 พระองค์เสด็จพระราชดำเนินเยือนบ้านเรือนทั้งสองฟากฝั่ง หน้าศาลเจ้าประทับเป็นรายริ้วพลีสลอน โดยเฉพาะด้านหน้าอาสนวิหาร มีชชาวยวนประดับประดา ผู้คนที่อาศัยบริเวณรอบๆ และตัวฉันเฝ้าารับเสด็จพระราชดำเนินอยู่คลาคล่ำ คราเมื่อพระองค์เสด็จผ่านวัดคาทอลิก ก็มีเสียงกลองตีรัว เสียงปี่มโหรีดังครั้งละ 6 นัด เสียงระฆัง เสียงมโหรี เสียงไซโยให้ร้อง ถวายความจงรักภักดีไว้เหนือเกล้าเหนือกระหม่อม

แผ่นดินแห่งนี้ วันแล้ววันเล่า ที่ฉันเฝ้ามอง นี่คือแผ่นดินทองคำ... นี่คือแผ่นดินคุณธรรม... และนี่คือ แผ่นดินอันล้ำค่า ต่างที่มา ต่างศาสนา ต่างความเชื่อ ต่างโอบเอื้อ ต่างเกื้อกูล ทุกคนทำหน้าที่ของตนตามความเชื่อของแต่ละบุคคล เป็นความดี เป็นความงดงามของจิตใจทั้งสิ้น

สำหรับตัวฉัน ฉันยังคงทำหน้าที่ของฉันตลอดไป เพราะฉันคือ “...สายธาร..แห่งลุ่มน้ำจันทบูร...”

2. สรุป

การประพันธ์บทเพลง “สายธารแห่งลุ่มน้ำจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์ขึ้นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจังหวัดจันทบุรี โดยเล่าเรื่องราวและสถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม อย่างเป็นขั้นเป็นตอน จึงสามารถสรุปกระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานเป็นแผนภาพดังต่อไปนี้



ผลการประพันธ์ จากการเลือกใช้วัตถุดิบในการสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการเลือกใช้ ตัวอักษร C B A ที่นำมาจากคำว่า Chanthaburi มาเป็นวัตถุดิบในการสร้างทำนอง จากนั้นนำมาจัดเรียงให้เกิดทำนองใหม่ สามารถนำมาสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์ได้ อีกทั้งการสร้างทำนองเพลงสำเนียงไทย การใช้เครื่องดนตรีไทย มาร่วมบรรเลงผสมผสานกับดนตรีตะวันตกส่งผลให้ช่วยสนับสนุนการถ่ายทอดเรื่องราว บรรยากาศ ให้ตรงกับเนื้อหาเพลงที่ต้องการสื่อได้ชัดเจนมากขึ้น นอกเหนือจากนี้การที่ได้นำเพลงบรรเลง ควบคู่กับการบรรยายเชิงพรรณนาโวหารช่วยทำให้ผู้รับฟัง สามารถเข้าใจ รับรู้เนื้อหาจนเข้าถึงสุนทรียะทางการฟังได้มากยิ่งขึ้น ผู้รับฟังจะได้รับอรรถรสด้านดนตรี รับรู้ท่วงทำนองสำเนียงจากดนตรีตะวันตกและตะวันออก ได้มีความรู้ด้านความงามทางภาษาด้านการสรรคำ ก่อเกิดสุนทรียภาพทางอารมณ์และประสบการณ์ทางดนตรี

เป้าหมายที่สำคัญอีกประเด็นในการสร้างสรรค์ผลงานนี้คือ การเผยแพร่เรื่องราว ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ช่วยส่งผลถึงความภาคภูมิใจในถิ่นฐานกำเนิด เป็นการเล่าเรื่องด้วยบทพรรณนาโวหาร ผสมผสานกับการบรรเลงบทเพลงที่ถ่ายทอดเรื่องราวจากอดีตมาปัจจุบัน ผู้ฟังเกิดจินตนาการ เกิดภาพแห่งความทรงจำที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน รับรู้ถึง วัฒนธรรมชุมชน ที่มีความหลากหลายเชื้อชาติ ศาสนา และหลากหลายความเชื่อ แรงบันดาลใจอีกประการหนึ่งของผู้เขียนคือ การปลูกฝังความรู้ด้านดนตรี ด้านภาษา ด้านประวัติศาสตร์ ด้านความเชื่ออันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นแก่เยาวชน และบุคคลทั่วไป สำหรับการนำเสนอบทเพลงนั้น ได้มุ่งเน้นที่จะให้ผู้ฟังได้สัมผัสเรื่องราวที่น่าภาคภูมิใจของท้องถิ่น มุ่งปลูกฝังรักความเป็นไทย ด้วยการผสมผสานทำนองระหว่างเครื่องดนตรีไทยกับดนตรีสากลเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ผู้เขียนมีความเห็นว่า ถ้าสามารถถ่ายทอดเรื่องราวนี้ให้แก่เยาวชน นักดนตรี ผู้ฟังบทเพลงนี้ ก็ย่อมสนับสนุนในการส่งเสริมวัฒนธรรม ให้สืบสาน ต่อยอด พัฒนาต่อไปได้ด้วยดี เป็นการพัฒนาวิชาการทางดนตรีที่สะท้อนถึงการร่วมมืออนุรักษ์ สืบสานให้เป็นมรดกไทยอันล้ำค่า อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนให้มีชื่อเสียงตามลำดับ

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ตลาดริมน้ำ 100 ปี จันทบุรี*. สีสันตะวันออก.
- ณัชชา พันธุ์เจริญ. (2554). *พจนานุกรมศัพท์ดุริยางคศิลป์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์เกศกะรัต.
- ณัชชา พันธุ์เจริญ. (2559). *สันทิตยดุริยางค์ ศาสตร์การเรียบเรียงเพลงไทยสำหรับเปียโน* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัทนาเพรสจำกัด.
- ณัชชา พันธุ์เจริญ. (2553). *สังคีตลักษณ์และการวิเคราะห์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์เกศกะรัต.
- ณรงฤค์ ธรรมบุตร. (2552). *การประพันธ์เพลงร่วมสมัย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรอรธ จันทกรกล้า. (2559). แนวทางการเรียบเรียงเพลง “ลุ่มเจ้าพระยา”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 71-100.
- ปวิพันธ์ อุทนานุกุล. (2562). โวหารภาพพจน์ในนวนิยายเรื่องเจ้าจันทร์หอม นิราศพระธาตุอินทร์แขวน. *วชิรวรรณสาร*, 3(1), 123-141.
- พิมพ์ชนก สุวรรณธาดา. (2559). การผสมผสานสำเนียงดนตรีไทย-ตะวันตกในงานสร้างสรรค์ดุริยางคศิลป์ “สยามดุริยลิขิต”. ใน ณัชชา พันธุ์เจริญ. *ดนตรีลิขิต: รวมบทความดนตรีสร้างสรรค์เชิงวิชาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัทนาเพรสจำกัด.
- พระอุดมธีรคุณ, และ บัณฑิตา จารุมาจารุมา. (2563). ภาษาและวัฒนธรรม: ความหมาย ความสำคัญ และความสัมพันธ์ระหว่างกัน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยารัตน์*, 7(2), 53-63.
- ภัทรพงศ์ สืบเพ็ง, ติชัมพร รัตนพิทักษ์, และกนกวรรณ วาริเขตต์. (2563). การศึกษาโวหารภาพพจน์ในบทประพันธ์เพลงของ ศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ ฤทธิ นคร. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์รำไพพรรณี*, 1(1), 30-40.
- รัตนิน สุพถุณิพานิชย์. (2556). ความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ต่อการฟื้นฟูชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบุรี. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล*, 16(1), 29-98.
- ระบบฐานข้อมูลท้องถิ่น สำหรับสืบค้นข้อมูล ทางด้านศิลปวัฒนธรรม จังหวัดจันทบุรี. (ม.ป.ป). *ชุมชนริมน้ำจันทบุรี*. <https://www.ceediz.com/th/travel/chanthaburi/sp/a/>
- ลลิตา กระสินธุ์. (2564). *การศึกษากลิ่นใช้ภาษาและมโนทัศน์ทางสังคมในเพลงของณัฐวุฒิ ศรีหมอก ‘ฟักลิ้ง ฮีโร่’* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วานิช โปตะวนิช. (2559). แนวทางการสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลง บทประพันธ์เพลง “เทวะ สวิท”. ใน ณัชชา พันธุ์เจริญ. *ดนตรีลิขิต: รวมบทความดนตรีสร้างสรรค์เชิงวิชาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัทนาเพรสจำกัด. วิบูลย์.
- ตระกูลฮั่น. (2557). *ดนตรีศตวรรษที่ยี่สิบ: แนวคิดพื้นฐานทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศักดิ์ศรี วงศ์ธาดาล. (2559). ความเป็นไทยในบทเพลง “กรุงเทพมหานคร”. ใน ณัชชา พันธุ์เจริญ. *ดนตรีลิขิต: รวมบทความดนตรีสร้างสรรค์เชิงวิชาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัทนาเพรสจำกัด.
- องอาจ สิงห์ลำพอง. (2561). การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านการเล่าเรื่องจากละครชุดอินเดีย สีดาราม ศีกรักมหลางกา. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 2(3), 259-301.
- อชิมา พัฒนวิราษฎร์. (2559). กระแสชาตินิยมในบทประพันธ์เพลง “ฝากแผ่นดิน” ใน ณัชชา พันธุ์เจริญ. *ดนตรีลิขิต: รวมบทความดนตรีสร้างสรรค์เชิงวิชาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัทนาเพรสจำกัด.

คำแนะนำในการเตรียมและส่งต้นฉบับสำหรับผู้พิมพ์

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ควรจะมีความเนื้อหาทางวิชาการอยู่ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ สาขาวิชาครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้พิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารอย่างเคร่งครัดรวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทั้งนี้ผู้พิมพ์จะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จหรือการปลอมแปลงรวมทั้งทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์บทความนั้นและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร รวมทั้งผู้พิมพ์จะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เว็บ 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 เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย บทความวิจัยประกอบด้วย หน้าแรก เป็นชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ ในส่วนหน้าที่เป็นชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้พิมพ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) อีเมล (e-mail) หรือในกรณีที่คือนักศึกษาควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นต้น **บทคัดย่อ** ต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัยและบทสรุป **ความยาวไม่เกิน 250 คำ** ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทยให้ผู้พิมพ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 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 งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการเฉพาะทางที่มีการศึกษา คั่นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ทันสมัยโดยให้ข้อวิพากษ์ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อยอดได้ บทความปริทัศน์นั้นเป็นการนำเสนอภาพรวมของเรื่องที่น่าสนใจโดยในหน้าแรกของบทความปริทัศน์จะต้องประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้พิมพ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) และ อีเมล (e-mail) พร้อมบทสรุป เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อให้เข้าใจว่าเรื่องที่ได้นำเสนอมีความน่าสนใจและความเป็นมาอย่างไร พร้อมระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

การเตรียมต้นฉบับ

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

2. รูปแบบตัวอักษร จัดพิมพ์ด้วยอักษร Thai Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รายละเอียดดังนี้ 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./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]./ ชื่อมหาวิทยาลัย.

6.6 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ดุษฎีบัณฑิต]./ 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



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 ม.5 ถ.รักศักดิ์ชุมพล ต.ท่าช้าง
อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000
โทร. 086-445-7171,
039-319111 ต่อ 11200