



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Academic Journal of Humanities and Social Sciences
Buriram Rajabhat University

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564
ISSN (Print) 1906 - 7062 ISSN (Online) 2697 - 4894
Vol. 13 No. 1 January - June 2021

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้ดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัยที่เป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการ เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการและงานวิจัยที่มีความทันสมัยและหลากหลายองค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยในฉบับปีที่ 13 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน 2564 นี้ กองบรรณาธิการได้รวบรวมบทความไว้อย่างน่าสนใจอีกเช่นเคย เช่น 1) ศิราภรณ์ : เครื่องประดับศิระในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ เป็นการศึกษาค้นคว้าของศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์และการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2) การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย เป็นแผนพัฒนาของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด 3) การศึกษาพัฒนาการสินค้าทางวัฒนธรรมและศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พร้อมกับค้นหาวิถีการเพิ่มมูลค่าสินค้าปลาสามฟักกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ 5) การศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ในประเทศไทยผ่านบทเพลง กรณีศึกษานายทวีศักดิ์ หน่อคำ 6) Examining service quality of Thai traditional massage during COVID-19 pandemic และต่อเนื่องเกี่ยวกับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ด้วยบทความวิชาการ เรื่อง การปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ท่านสามารถอ่านศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในเล่มนี้จะทำให้ท่านได้รับมุมมองทางวิชาการและกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่ทันสมัยประยุกต์ใช้ได้กับการทำงานยุคปัจจุบัน

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจากวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน และหากผู้เขียนหรือผู้อ่านท่านใดมีความสนใจที่จะตีพิมพ์หรือมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวารสาร สามารถส่งมาได้ที่ Website: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/bruj> หรือหมายเลขโทรศัพท์ 044-611221 ต่อ 8601 ทางกองบรรณาธิการจะนำไปดำเนินการหรือพิจารณาปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

Editorial Notes

The Buriram Rajabhat University's Academic Journal has published academic articles and research articles that are academically worthwhile aiming at promoting academic knowledge and research with modern and diverse body of knowledge in the Humanities and Social Sciences. In this issue of the Volume 13 Issue 1 (January-June 2021), the editorial team has compiled interesting articles as usual, namely 1) Siraporn: headdress in the Miss Grand Thailand contest; this is a study of the development of Siraporn Thai in the Miss Grand Thailand contest, its creation, and how to apply the Siraporn Thai in the Miss Grand Thailand contest. 2) The creation of contemporary Isan folk dance which is a part of the development plan of Roi Et College of Dramatic Arts. 3) A study on cultural product development and potential of community enterprise group including the finding of value added strategies to Som Fak fish products of the community enterprise group. 4) Guidelines for promoting accounting firms to be qualified accounting firms in Surin province. 5) The study on Tai Yai culture transfer in Thailand through songs: a case study of Taweesak Nawkham. 6) Examining service quality of Thai traditional massage during COVID-19 pandemic. These research articles are followed by an academic article about the impact of the COVID-19 pandemic entitled Impact and Adaptation of Airline Business in the COVID-19 Outbreak Situation. Our dear readers can read more in details in this issue that will provide the readers with up-to-date academic perspectives and case studies applicable to today's work environment.

The editorial team hopes that articles from this issue will be beneficial to all readers. Manuscripts from all authors and also other suggestions are welcomed at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/bruj/index> or call 044-611221 ext. 8601, the team will proceed to the next steps. All the suggestions and comments will be employed for improving our journal's quality.

Editor

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

นโยบาย

- สนับสนุนผลงานวิชาการของมหาวิทยาลัย
- สร้างองค์ความรู้ที่ถูกต้อง ส่งเสริมพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย (Research Paper) บทความวิชาการ (Academic Paper) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) บทความปริทัศน์ (Review Article) ที่มีคุณภาพของอาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักศึกษา ซึ่งเป็นผลงานวิชาการในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย บริหารธุรกิจ ศึกษาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ และสาขาที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแก่สังคมทั่วไป โดยสนับสนุนให้อาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักศึกษา ที่มีผลงานวิชาการในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้นำเสนอผลงานวิชาการ

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ มาลินี จุฑาปะมา อธิการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา รักการศิลป์

กองบรรณาธิการ

รศ. ดร.สุพัตน์ สุขมลสันต์

รศ. ดร.อัญชลี สารรัตน์

รศ. ดร.รักชนก แสงภักดีจิต

รศ. ดร.ยาใจ พงษ์บริบูรณ์

ผู้เชี่ยวชาญประจำศูนย์ภาษามหาวิทยาลัยแม่โจ้

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ออกเฉียงเหนือ

รศ. ดร. นาริรัตน์ รัทวิจิตรกุล

รศ. ดร. บุญชม ศรีสะอาด

รศ. สมนึก ภัททิยธานี

รศ. มัลลวีร์ อดุลวัฒน์ศิริ

รศ. ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์

รศ. ประชัน คณะวัน

ผศ. ประคอง กาญจนการุณ

ผศ. ดร. กรุณา เชิดจิระพงษ์

ข้าราชการบำนาญ คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ประเมินอิสระ ตรวจสอบประจำฉบับ

รศ. ดร. โยธิน แสงวดี

รศ. ดร. จุรีพร จันทร์พาณิชย์

ผศ. ดร. ชุตินา เรื่องอุตมานันท์

ผศ. ดร. ธราธร ภูพันเชื้อก

ผศ. ดร. ชนม์มีฐา กังวานศุภพันธ์

ผศ. ดร. คมกริช การินทร์

ผศ. ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม

ผศ. ดร. ชูศักดิ์ สุธาธิสา

ผศ. ดร. ศิริเพ็ญ อัดไพบูลย์

ผศ. ดร. ภัทรฤทัย กันตะกนิษฐ์

ดร. ธัญญรัตน์ คำเพราะ

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สถาบันการบินพลเรือน

วารสารวิชาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ฝ่ายตรวจสอบภาษา

อาจารย์พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองไร
Mr.Michael A. Rickman

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
นักวิชาการ

ฝ่ายจัดการ

อาจารย์สุทิดา ไชงรัมย์

ฝ่ายการเงินและธุรการ

นางจุฑารัตน์ จัตุกุล

ฝ่ายศิลปกรรมวารสาร

นายสุพิศ กองชัย

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม

ข้อกำหนดของวารสาร

1. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เป็นบทความสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวข้องกับประเด็นดังต่อไปนี้

- ประวัติศาสตร์
- เศรษฐกิจ
- สังคมและวัฒนธรรม
- ชชาติพันธ์
- ภาษา
- วรรณกรรม
- สารสนเทศ
- การสื่อสาร
- ศิลปกรรม
- สิ่งแวดล้อม
- การศึกษา
- จิตวิทยา

2. บทความที่ลงตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการโดยผู้ประเมินอิสระ
3. ข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นี้เป็นของผู้เขียน คณะผู้จัดทำวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
4. กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไม่สงวนสิทธิ์ในการตัดลอกแต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา
5. เป็นบทความภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีเป็นบทความภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาก่อนส่งบทความมายังกองบรรณาธิการ

สำนักงาน

หน่วยงานวารสารวิชาการอาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษามหาชิราลงกรณ ชั้น 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

เว็บไซต์วารสารวิชาการ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

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

จัดพิมพ์

โรงพิมพ์ วินัย (บุรีรัมย์) 433/6-9 ถนนเสด็จนิวัฒน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 โทรศัพท์ : 0-4461-1392

Academic Journal of Humanities and Social Sciences Buriram Rajabhat University

Policies

1. Promote and enhance the university's academic works
2. Establish the correct body of knowledge, and promote and develop local wisdom to the international

Objectives

1. To disseminate good quality academic works such as research papers, academic papers, and book reviews of lecturers, experts, and students in the following subfields of Humanities and Social Sciences discipline: business administration, education, history, accounting, economics, humanities, communication arts, laws, social sciences, and related fields.
2. To promote and encourage general people in society to increase their knowledge by supporting the lecturers, experts, and students to present their academic works under Humanities and Social Sciences discipline to the public.

Advisor

Assoc. Prof. Malinee Juthopama

President of Buriram Rajabhat University

Editor

Asst. Prof. Dr. Supattra Rakkarnsil

Editorial Board

Assoc. Prof. Dr. Supat Sukamolson

Language Center's Expert, Maejo University

Assoc. Prof. Dr. Unchalee Sanrattana

Faculty of Education, Khon Kaen University

Assoc. Prof. Dr. Rakchanok Saengpakdeejit

Faculty of Liberal Arts, KhonKaen University

Assoc. Prof. Dr. Yachai Pongboriboon

Research and Development Office, North Eastern

Assoc. Prof. Dr. Nareerat Lakvijitkul

Faculty of Education, Mahasarakham University

Assoc. Prof. Dr. Boonchom Srisa-ard

Faculty of Education, Mahasarakham University

Assoc. Prof. Somnuek Patthiyathanee

Faculty of Education, Mahasarakham University

Assoc. Prof.Mullawee Adulvathanadiri	Retired Government Official, Educational Psychology
Assoc. Prof.Prasit Suwannarak	Pensioner (Measurement and Evaluation)
Assoc. Prof.Prachan Kanawan	Graduate School, BuriramRajabhat University
Asst. Prof.Prakong Kanjanakarun	Pensioner (Curriculum and Instruction)
Asst. Prof. Dr.Karuna Cherdjirapong	Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhonrachasima Rajabhat University

Peer Review Board

Assoc. Prof. Dr.Yothin Sawangdee	Institute for Population and Social Research , Mahidol University
Assoc. Prof. Dr.Jureeporn Janpanit	Pensioner, Buriram Rajabhat University
Asst. Prof. Dr.Chutima Ruanguttamanun	Mahasarakham Business School, Mahasarakham University
Asst. Prof. Dr.Tharathorn Phuphanchueak	Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University
Asst. Prof. Dr.Chonnatcha Kangwansupaphan	Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University
Asst. Prof. Dr.Khomkrich Karin	College of Music, Mahasarakham University
Asst. Prof. Dr.Saranyapong Thiangtam	School of Business Administration, Bangkok University
Asst. Prof. Dr.Choopug Suttisa	Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University
Asst. Prof. Dr.Siripen Attapaiboon	Pensioner, Surindra Rajabhat University
Asst. Prof. Dr.Pattararuetai Kuntakanit	Faculty of Homanities and Social Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
Dr. Thanyarat khamproh	Master of Management (Aviation Management), Civil Aviation Training Center, Thailand

English Editors

Puttachart Limsiriruengrai
Mr. Michael A. Rickman

Language Institute, Buriram Rajabhat University
Academician

Management Personnel

Suthisa Khongram

Accounting Officer/Administration

Jutarat Jattulul

Graphic Designer

Supit Kongchai

Journal Publishing Two volumes per year

Volume 1 January – June

Volume 2 July – December

BRU Journal Terms and Conditions

1. BRU Journal is and academic journal in the field of humanities and social sciences.

The contents of the article must relate to humanities and social sciences in the following areas

- History
- Economy
- Society and Culture
- Ethnicity
- Language
- Literature
- Information
- Communication
- Arts
- Environment
- Education
- Psychology

2. Every article to be published must be screened by peer reviews.

3. Views and opinions expressed in the BRU journal (in the field of humanities and social sciences) by individual authors do not represent the official views of the Editorial Board of BRU Journal.

4. The Editorial Boards do not reserve the copyrights, but proper citations need to be made.

5. The articles can be written in Thai or English. In case, the articles are written in English; the correctness must be checked by language experts before submitting to the Editorial Board.

Office of BRU Journal

Journal section, the 50th Royal Birthday Anniversary of HRH Crown Prince MahaVajiralongkorn Building (7th floor), BuriramRajabhat University

Website of Buriram Rajabhat University Journal, Humanities and Social Sciences

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

Published at : Vinai (Buriram) Co.,Ltd.

433/8-9 Niwat Road, Naimuang sub-district, Muang district,
Buriram province 31000 **Telephone :** 0-4461-1392

Contents

สารบัญ

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Academic Journal of Humanities and Social Sciences Buriram Rajabhat University

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ISSN (Print) 1906 - 7062 ISSN (Online) 2697 - 4894

Vol. 13 No. 1 January - June 2021

บทความวิชาการ

Academic Articles

หน้า

Page

1. ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19)

Impact and Adaptation of Airline Business in the COVID-19 Outbreak
Situation

รัชตะ จันทร์พานิชย์

Ratchata Chantarapanich

1

บทความวิจัย

Research Articles

2. ศิราภรณ์ : เครื่องประดับศีรษะในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

Siraporn : Headdresses in Miss Grand Thailand Contest

ปัทวิติ นามทองใบ / ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ

Patiwat Namthongbai / Pattamawadee Chansuwan

21

บทความวิจัย

Research Articles

หน้า

Page

3. การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด :
ชุดอีสานลายมังกร

39

The Creation of Contemporary Isan Folk Dance of Roi Et College of
Dramatic Arts: Isan Lai Mangkon Show

ธนานันต์ ศรีประภาพงศ์ / ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ

Thananan Sripraphapong / Pattamawadee Chansuwan

4. ยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาส้มฟักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้าน
หนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอยักษ์ภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

53

Strategies for Cultural Product Value Addition : Plarsom Fug of Barn Nongra-
wiang Community Enterprise Group, Wiangchai Sub-district, Phayakkhaphum
Phisai District, Mahasarakham Province

ฤทัยภัทร ให้ศิริกุล / อุทิศ ทาหอม

Ruthaiphath Haisirikul / Utis Tahom

5. แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์
Promotion Guidelines for Accounting Firms to be Qualified Accounting
Firms in Surin Province

71

อารีรัตน์ สมานดุขณี / ปีย์วรา พานิชวิทกุล / ดาระณี สุรินทรเสรี

Areerat Samandusanee / Peevara Parnitvitidkun / Daranee Surintaraseree

Contents

สารบัญ

บทความวิจัย

Research Articles

หน้า

Page

6. การศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ในประเทศไทยผ่านบทเพลง :
กรณีศึกษานายทิวศักดิ์ หน่อคำ

91

The Study on Tai Yai Culture Transfer in Thailand through Songs :
A Case Study of Taweesak Nawkham

สรธัญ พวกดี / สุรศักดิ์ จำนงค์สาร

Sorathan Puakdee / Surasak Jamnongsam

7. Examining Service Quality of Thai Tradition Massage :
An Empirical Analysis

109

การทดสอบคุณภาพการบริการของการนวดแผนไทย: การศึกษาเชิงประจักษ์

Ekapon Sangsri / Auttakorn Chattukul /

Kattiya Chadchavalpanichaya / Panjamaporn Pholkerd /

Athitaya Lavong

คำแนะนำการเตรียมต้นฉบับ

131

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (COVID-19)

รัชตะ จันท์พาณิชย์

อาจารย์ประจำสาขาการจัดการขนส่งสินค้าทางอากาศ สถาบันการบินพลเรือน

อีเมล : ratchata.chan@hotmail.com

รับต้นฉบับ 12 มีนาคม 2564; ปรับแก้ไข 27 เมษายน 2564; รับผิดชอบ 7 พฤษภาคม 2564

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (COVID-19) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ การศึกษา วิเคราะห์ผลกระทบ และการปรับตัวของธุรกิจการบินที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยศึกษาจากบทความทางวิชาการ รายงานการวิจัย และสถิติข้อมูลธุรกิจการบินในช่วงปลายปี พ.ศ. 2561-2563 สาระสำคัญของบทความนี้ประกอบด้วย การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่ทำให้การเดินทางระหว่างประเทศต้องหยุดชะงักไปเนื่องจากประเทศต่างๆ มีการปิดประเทศ (Lockdown) ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก และประเทศไทย การหยุดให้บริการของสายการบินต่างๆ ทำให้รายได้หลักในการขนส่งทางอากาศของสายการบินลดลง สายการบินต้องหาวิธีการ และมาตรการมารับมือกับสถานการณ์นี้เพื่อความอยู่รอดของสายการบิน เช่น การเปลี่ยนอากาศยานโดยสารให้เป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า ปัจจุบันมีสายการบินหลายสายการบิน ได้ดำเนินการตัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า (Cargo) เช่น Lufthansa Korean Air, Emirates Finnair, Austrian Airlines, Swiss Air และ Air Canada เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอบริการภายในประเทศที่คล้ายคลึงกัน เช่น การให้บริการเที่ยวบินไร้จุดหมาย การขายอาหาร และสินค้าของสายการบินในหลายรูปแบบ

คำสำคัญ

โควิด -19 ธุรกิจการบิน การปรับตัว ผลกระทบ

Impact and Adaptation of Airline Business in the COVID-19 Outbreak Situation

Ratchata Chantarapanich

Lecturer, Air Cargo Management, Civil Aviation Training Center

E-mail: ratchata.chan@hotmail.com

Received 12 March 2021; Accepted 27 April 2021; Published 7 May 2021

Abstract

The objective of this academic article on the Impact and Adaptation of Airline Business in the COVID-19 Outbreak Situation is to present a study and an analysis of the impact and adaptation of airline business arising from the COVID-19 outbreak situation by studying from academic articles, research studies, report, and statistical data on airline business at the end of 2018-2020. The subject matter of this article consists of COVID-19 pandemic that caused international travel to be interrupted due to various countries are in lockdown which affects the world economy and also economy of Thailand. The result of airlines' service suspension is a decrease in the air transportation revenue. Therefore, airlines have to find the methods and measures to deal with this situation for their survival such as the conversion of a passenger aircraft into a cargo aircraft. Currently, several airlines have converted their passenger aircraft such as Lufthansa, Korean Air, Emirates, Finnair, Austrian Airlines, Swiss Air, and Air Canada. Moreover, airlines offer similar services in domestics such as providing pointless flights, selling food, and airlines' merchandise in a variety of ways.

Keywords:

COVID-19, Airline business, Adaptation, Impact



บทนำ

โรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 (COVID-19) ได้อุบัติขึ้นครั้งแรกในนครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน และได้แพร่ระบาดไปอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลก องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic) ในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 มีผู้ติดเชื้อสะสมยืนยันแล้วทั่วโลก จำนวน 82,686,157 คน มีผู้เสียชีวิตจำนวน 1,805,002 คน มีจำนวนผู้ป่วยรักษาหายแล้ว 58,311,965 คน (The Standard, 2563) และประเทศที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อสะสมมากที่สุด 10 อันดับแรกของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินเดีย บราซิล รัสเซีย ฝรั่งเศส อิตาลี สหราชอาณาจักร สเปน อาร์เจนตินา และโคลอมเบีย ตามลำดับ สำหรับประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อสะสมจำนวน 6,884 คน เสียชีวิต 61 คน และมีผู้ป่วยรักษาหายแล้ว 4,240 คน (องค์การอนามัยโลก, 2563)

จากการแพร่ระบาดของของโรคไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกในวงกว้าง ทั้งในภาคบริการและภาคอุตสาหกรรม หนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงนั้นคือธุรกิจการบิน (Airline Business) ซึ่งเป็น 1 ใน 4 กลุ่มที่สำคัญของอุตสาหกรรมการบิน (Airline Industry) ประกอบด้วย ธุรกิจการบิน (Airline Business) ธุรกิจอากาศยาน (Aircraft Business) ธุรกิจการทำอากาศยาน (Airport Business) และธุรกิจบริการเครื่องช่วยในการเดินอากาศ (Air Navigation Aids Business) โดยธุรกิจการบิน (Airline Business) เป็นธุรกิจดำเนินการผลิตบริการขนส่งผู้โดยสารและขนส่งสินค้าทางอากาศ เป็นกลุ่มธุรกิจที่สำคัญที่นำไปสู่การเชื่อมโยงและครอบคลุมทุกประเทศในโลกไว้ด้วยกันเพื่อเดินทางท่องเที่ยว ติดต่อทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองระหว่างประเทศ (สุจิตรา ริมดุสิต, 2563) เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การเดินทางระหว่างประเทศต้องหยุดชะงักไปเนื่องจากประเทศต่างๆ เกือบทุกประเทศได้ทำการปิดเมืองหรือปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อไม่ให้เกิดการเดินทางเข้ามาแพร่เชื้อโรค ส่งผลให้หลายสายการบินทั่วโลกได้ยกเลิกเที่ยวบินในเส้นทางระหว่างประเทศ ร้อยละ 80-90 (ธนกร ณรงค์วานิช, 2563) ทำให้สายการบินประสบกับปัญหาการขาดทุน โดยในปี พ.ศ. 2563 สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ประเมินว่า อุตสาหกรรมการบินทั่วโลกจะขาดทุนถึง 2.6 ล้านล้านบาทและในปี พ.ศ. 2564 ก็ยังขาดทุนต่อเนื่องถึง 0.5 ล้านล้านบาท (สมประวิณ มั่นประเสริฐ, 2563)

จากการหยุดให้บริการของสายการบินต่างๆดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นการให้บริการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อทำการลดรายจ่ายและชดเชยรายได้ และเพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปได้ ดังนั้นบทความวิชาการนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอการศึกษา และวิเคราะห์ผลกระทบธุรกิจการบินที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตลอดจนนำ

เสนอวิธีการต่างๆ ของสายการบินเพื่อการปรับตัวขององค์กรให้ผ่านพ้นวิกฤติโควิด-19 โดยศึกษาจากบทความทางวิชาการทางธุรกิจการบิน รายงานการวิจัย และสถิติข้อมูลธุรกิจการบินในช่วงปลายปี พ.ศ. 2561-2563

ผลกระทบของโควิด-19 (COVID-19) ต่อเศรษฐกิจ

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก

โรคซาร์ส (SARS) และไวรัสโควิด-19 (COVID-19) มีจุดกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยโรคซาร์สระบาดที่มณฑลกว่างตุงเมื่อปี พ.ศ. 2546 ส่วนไวรัสโควิด-19 พบในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ โรคซาร์สสามารถควบคุมได้โดยใช้เวลาประมาณ 9 เดือน มีคนติดเชื้อ 8,422 ราย และเสียชีวิต 916 ราย และสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจโลกคิดเป็นมูลค่า 3.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โรคไวรัสโควิด-19 มีความรุนแรงกว่าโรคซาร์ส มีผลเชิงลบต่อเศรษฐกิจจีนอย่างมาก เพราะทำให้จีนจำเป็นต้องระงับกิจกรรมทางธุรกิจและเศรษฐกิจทั้งหมดไว้ชั่วคราว ซึ่งธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) สถาบันการเงินชั้นนำของสหรัฐอเมริกาคาดการณ์ว่า การเติบโตของ GDP จีนจะลดลงเหลือร้อยละ 5.0 ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2563 พร้อมทั้งคาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของ GDP จีนปี พ.ศ. 2563 จะอยู่ที่ร้อยละ 5.6 ส่วนปี พ.ศ. 2564 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.8 (บริษัทหลักทรัพย์ที่ปรึกษาการลงทุน คลาสสิก ออสสิริส จำกัด, 2563)

ไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกผ่านห่วงโซ่อุปทานโลกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นโรงงานผลิตและส่งออกสินค้าชั้นกลางรายใหญ่ของโลกจำเป็นต้องหยุดการผลิตตามที่ทางการของจีนมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวด และเมืองอู่ฮั่นเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ เป็นศูนย์กลางการค้าการขนส่งของสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งรถไฟและสนามบินที่เชื่อมต่อกับสายการบินโลก วิกฤตินี้จึงส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการผลิตอาจต่างกันในแต่ละประเทศขึ้นกับการพึ่งพาวัตถุดิบชั้นกลางจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และความแตกต่างของอุตสาหกรรม ไวรัสโควิด-19 จะสร้างมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจสูงกว่ากรณีของโรคซาร์สเนื่องจากเศรษฐกิจสาธารณรัฐประชาชนจีนมีขนาดใหญ่กว่าเดิม รวมทั้งมีความเชื่อมโยงทั้งการค้า การลงทุน การขนส่งกับโลกมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2561 เศรษฐกิจจีนมีขนาดร้อยละ 16 ของเศรษฐกิจโลก ใหญ่กว่าช่วงการระบาดของโรคซาร์ส 4 เท่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ของมูลค่าการส่งออกโลก ร้อยละ 39 ของการผลิตอุตสาหกรรมโลก และร้อยละ 18 ของมูลค่าการท่องเที่ยวโลก รวมทั้งปัจจุบันที่มีระดับโลกาภิวัตน์ขั้นสูงที่มีประชากรของโลกถูกล้อมรวมกันทั้งด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสังคมวัฒนธรรมมากขึ้นกว่าในอดีต (เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย, 2563) และความเห็นของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่าในปี พ.ศ. 2563 นี้ เศรษฐกิจในประเทศพัฒนาแล้วจะหดตัวร้อยละ 6.5 และในประเทศกำลังพัฒนาจะหดตัวร้อยละ 2.4 โดยในประเทศกลุ่มอาเซียนหลัก



คาดว่าจะหดตัวร้อยละ 1.7 ในกรณีประเทศไทย คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะหดตัวร้อยละ 6.8 ในปี พ.ศ. 2563 ก่อนจะกลับมาฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งคาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวร้อยละ 5.5 (ยุทธนา เศรษฐพร โปรมอทย์, 2563) ระบุว่าผลกระทบจะทำให้เศรษฐกิจโลกปี พ.ศ. 2563 ประสบภาวะถดถอย แต่จะลดลงเท่าใดนั้นคาดการณ์ยาก ขึ้นกับความสามารถในการควบคุมการระบาดของประชาคมโลก และเตรียมปล่อยเงินกู้ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกทั่วโลกที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ได้วิเคราะห์ผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในรายงาน World Investment Report 2020 ประเด็น “International Production Beyond the Pandemic” ว่า ภาพรวมระดับโลกมูลค่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) ทั่วโลกจะลดลงประมาณร้อยละ 40 ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งจะทำให้มูลค่า FDI ลดลงต่ำกว่า 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก ตั้งแต่ ค.ศ. 2005 (พ.ศ. 2548) มูลค่า FDI จะลดลงเพิ่มอีกประมาณร้อยละ 5-10 ในปี พ.ศ. 2564 โดยประเทศกำลังพัฒนา มีมูลค่า FDI ลดลงมากที่สุด เนื่องจากประเทศเหล่านี้เน้นการลงทุนในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับห่วงโซ่การผลิตของโลก และการสกัดทรัพยากรธรรมชาติ (Extractive Industries) ซึ่งได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัสโควิด-19 มากที่สุด และไม่มีความสามารถในการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเหมือนกับประเทศพัฒนาแล้ว ระดับภูมิภาคยุโรปจะมีมูลค่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) ลดลงประมาณร้อยละ 30-45 ซึ่งลดลงมากกว่าอเมริกาเหนือ ซึ่งมูลค่า FDI จะลดลงประมาณร้อยละ 20-35 แอฟริกาจะมีมูลค่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) ลดลงร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2561 และคาดว่าจะลดลง ร้อยละ 25-40 ปี พ.ศ. 2562 กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย ซึ่งมีการลงทุนในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับห่วงโซ่การผลิตของโลกสูง จะมีมูลค่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) ลดลงประมาณร้อยละ 30-45 อเมริกาใต้มีมูลค่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ (FDI) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2561 แต่ในปีนี้จะคาดว่าจะลดลงถึงร้อยละ 50 เนื่องจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ปัญหาทางการเมือง และปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ (ธนาคารกรุงเทพ, 2563)

สำหรับกรณีของอุตสาหกรรมการบินโลก จากการรายงาน Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis ขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ได้คาดการณ์ถึงผลกระทบจากโควิด-19 ต่อปริมาณการเดินทางของผู้โดยสารในเที่ยวบินประจำในปี พ.ศ. 2563 ว่าโดยภาพรวมปริมาณผู้โดยสารเครื่องบินจะลดลงประมาณ 2.34-2.98 พันล้านคน หรือประมาณร้อยละ 48-62 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2562 (สถาบันการบินพลเรือน, 2563)

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

สำหรับประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2563 จะหดตัวที่ร้อยละ 5.3 ทั้งนี้เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระดับการพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศสูง มูลค่าความเสียหายจึงสูงตามไปด้วย โดยข้อมูลเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563 พบว่า ภาคส่งออกซึ่งมีขนาดใหญ่คิดเป็นร้อยละ 60 ของ GDP หดตัวสูงร้อยละ 16 ขณะที่ภาคท่องเที่ยวซึ่งมีขนาดร้อยละ 17 ของ GDP หดตัวร้อยละ 100 การลงทุนในประเทศที่อยู่ในระดับต่ำมานาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และแรงงานส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ และมีปัญหาหนี้ครัวเรือนสูง ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดสำคัญของการฟื้นตัว (เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย, 2563) ประกอบกับมาตรการการปิดประเทศ (Lockdown) ของรัฐบาล ขอให้ประชาชนอยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ การปิดสถานประกอบการทำให้แรงงานบางส่วนถูกเลิกจ้าง โดยเฉพาะแรงงานในภาคบริการ โรงแรม และภัตตาคาร การปิดประเทศทำให้ธุรกิจการบินได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากและยังขยายวงกว้างไปยังธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทำให้รัฐบาลต้องเร่งอัดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เช่น แรงงานในระบบได้เงินชดเชยตามเกณฑ์ประกันสังคม มีการจ่ายเงินเยียวยาตามมาตรา 39 และ 40 แก่ลูกจ้างชั่วคราวและอาชีพอิสระรายละ 5,000 บาท เป็นเวลา 3 เดือน ขณะที่ภาครัฐมีเงินเยียวยาภายใต้ “โครงการเราไม่ทิ้งกัน” สำหรับแรงงานนอกระบบ ซึ่งมีผู้ผ่านเกณฑ์ 22.3 ล้านราย (ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2563) และยังมีอีกหลายโครงการที่รัฐบาลออกมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง เฟส 1 และมีนโยบายจัดให้มีโครงการคนละครึ่ง เฟส 2 เริ่มใช้ต้นปี พ.ศ. 2564 โครงการสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นต้น สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชนทุกภาคส่วนเป็นวงกว้าง

แม้ว่าประเทศไทยจะได้รับคำชื่นชมจากทั้งองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) และนานาชาติว่าเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศเดียวที่ถูกจัดให้อยู่ใน 10 อันดับประเทศที่สามารถคุมการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ได้ดี (เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย, 2563) และประสบความสำเร็จในการควบคุมการติดเชื้อในประเทศ รัฐบาลมีการผ่อนคลายมาตรการปิดเมืองของรัฐบาล และเริ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจอีกครั้ง แต่เนื่องจากโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 12 ของ GDP จะทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ยากและช้ากว่าประเทศอื่นมากในภาวะที่การท่องเที่ยวยังไม่กลับมา นอกจากนี้ KKP Research ได้ปรับลดการคาดการณ์การเติบโตของ GDP สำหรับปี 2564 จากร้อยละ 5.2 เหลือร้อยละ 3.4 ด้วยมาตรการรัฐกระตุ้นท่องเที่ยวได้จำกัด ผลกระทบจากการไม่มีนักท่องเที่ยวทำให้หลายพื้นที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีการพึ่งพารายได้จากท่องเที่ยวในระดับสูง เช่น ภูเก็ต และพังงา ถึงแม้จะมีมาตรการรัฐอย่าง “เราเที่ยวด้วยกัน” ก็ยังไม่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ตามที่คาดหวังไว้ พื้นที่ที่ได้ประโยชน์จากมาตรการรัฐยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และสามารถเดินทางไปด้วยรถยนต์ได้



อาทิ หัวหิน พัทยา เนื่องจากความกังวลต่อไวรัสโควิด-19 ยังคงมีอยู่ ทำให้คนส่วนใหญ่ยังคงเลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าเครื่องบิน อีกทั้งคนที่ยังมีกำลังซื้อส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ถึงแม้ว่าหลายพื้นที่จะได้รับประโยชน์จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ แต่รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยยังคงไม่เพียงพอที่จะชดเชยรายได้ที่สูญเสียไปจากการขาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ (KKP Research, 2563)

อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจของประเทศไทยน่าจะฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สิ่งสำคัญที่มีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย คือ ความสามารถในการควบคุมการแพร่ระบาด การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ การปรับตัวของธุรกิจและแรงงาน ตลอดจนมาตรการการเงินการคลังของภาครัฐ

ธุรกิจการบินของไทยกับผลกระทบจากไวรัสโควิด-19

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ไปทั่วโลกในครั้งนี้ ประเทศต่างๆ มีนโยบายควบคุมหลักๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดให้อยู่ในวงจำกัดด้วยการปิดประเทศ ปิดน่านฟ้า และการจำกัดการเดินทาง โดยข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสายการบินและธุรกิจในห่วงโซ่การให้บริการด้วย เช่น ผู้ผลิตเครื่องบินและเครื่องยนต์ ศูนย์ซ่อมเครื่องบิน ทำอากาศยาน และพันธมิตรสายการบิน ตลอดจนการประกบภัยในธุรกิจการบิน กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน ระหว่างปี 2561-2563 ได้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลก่อนและระหว่างเกิดการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แสดงให้เห็นแนวโน้มและผลกระทบของธุรกิจการบินของประเทศไทยทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ของทำอากาศยานในสังกัดบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ดังแสดงในตารางที่ 1 และ ทำอากาศยานในสังกัดกรมทำอากาศยาน ดังแสดงในตารางที่ 2 และผู้เขียนได้นำข้อมูลจากตารางมาจัดทำแสดงเป็นกราฟที่ 1 และ 2 เพื่อให้เห็นแนวโน้มที่ชัดเจนมากขึ้น

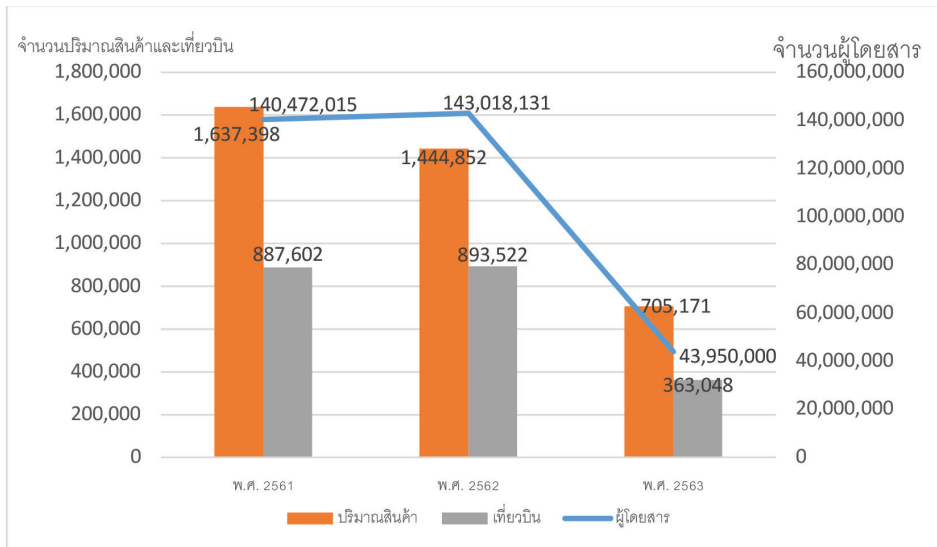
ตารางที่ 1 จำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของสนามบินนานาชาติ 6 แห่งในประเทศไทย พ.ศ. 2561-2563

ธุรกิจการบิน	พ.ศ. 2561 (1)		พ.ศ. 2562 (1)		พ.ศ. 2563 (2) มค.-พ.ย.	
	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)
ผู้โดยสาร (คน)	140,472,015	5.53	143,018,131	1.81	43,950,000	-69.27*
เที่ยวบิน (เที่ยว)	887,602	6.54	893,522	0.67	363,048	-59.37*
การขนส่งสินค้า (ตัน)	1,637,398	2.65	1,444,852	-11.76	705,171	-51.19*

ที่มา: (1) บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2561-2562 (2) กองเศรษฐกิจการบิน พ.ศ. 2563

*ร้อยละประมาณการ

กราฟที่ 1 จำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของสนามบินนานาชาติ 6 แห่งในประเทศไทย พ.ศ. 2561-2563



จากตารางที่ 1 และกราฟที่ 1 แสดงจำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของสนามบินนานาชาติ 6 แห่ง (ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ท่าอากาศยานนานาชาติแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่) ในประเทศไทย พ.ศ. 2561-2563 พบว่าในปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จำนวนผู้โดยสารและปริมาณเที่ยวบินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศในปี พ.ศ. 2562 ลดลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 แต่เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ปี พ.ศ. 2563 (ม.ค.-พ.ย.) จำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศมีแนวโน้มลดลงค่อนข้างมาก กล่าวคือมีจำนวนผู้โดยสาร 140.47 ล้านคน และ 143.02 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 5.53 และ 1.81 ตามลำดับ ส่วนช่วงพ.ศ. 2563 (ม.ค.-พ.ย.) มีจำนวนผู้โดยสาร 43.95 ล้านคน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 69.27*

ในส่วนปริมาณเที่ยวบินปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 มีจำนวนเที่ยวบิน 8.87 แสนเที่ยวบิน และ 8.94 แสนเที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2561 ร้อยละ 6.54 และ 0.67 ตามลำดับ แต่ในช่วงพ.ศ. 2563 (ม.ค.-พ.ย.) จำนวนเที่ยวบิน 3.63 แสนเที่ยวลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 59.37*

สำหรับปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ พบว่า ปี พ.ศ. 2561 มีปริมาณการขนส่งสินค้า 1.64 ล้านตันเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 2.65 ส่วนใน พ.ศ. 2562 และช่วงพ.ศ. 2563 (ม.ค.-พ.ย.)



มีจำนวน 1.44 ล้านตัน และ 0.71 ล้านตัน ลดลงจากปีพ.ศ. 2560 และ 2561 ร้อยละ 11.76 และ 51.19* ตามลำดับ

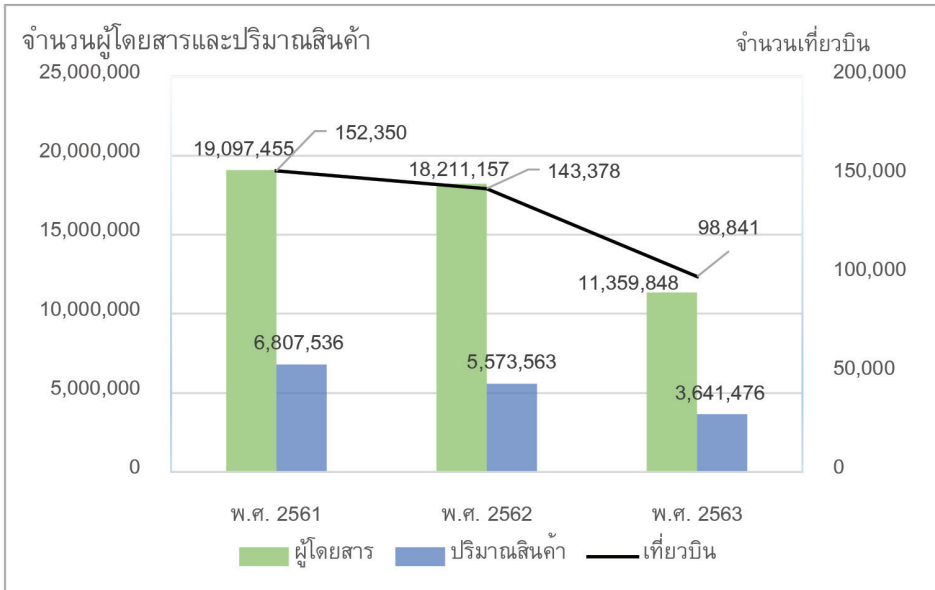
เมื่อพิจารณาจำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบินและปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของ สนามบินนานาชาติ 6 แห่งในประเทศไทยช่วง พ.ศ. 2561-2563 พบว่าช่วง พ.ศ. 2563 (ม.ค.- พ.ย.) เป็นระยะที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการบินเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะรัฐบาลได้ประกาศการใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก. ฉุกเฉิน) ซึ่งมีการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัด และสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ได้มีประกาศห้ามอากาศยานที่ทำการบินเข้าสู่ประเทศชั่วคราว ส่งผลให้สายการบินประกาศหยุดบินชั่วคราวเที่ยวบิน จึงเหลือบริการเฉพาะเที่ยวบินพิเศษเพื่อส่งคนไทยกลับประเทศและเครื่องบินเปล่าที่เข้ามารับชาวต่างประเทศกลับประเทศเท่านั้น ถึงแม้ว่าบางสายการบินจะยังสามารถทำการบินเพื่อขนส่งสินค้าได้ แต่ปริมาณการขนส่งสินค้าก็ยังลดลงในทิศทางเดียวกันกับผู้โดยสาร และจำนวนเที่ยวบิน เพราะปริมาณการขนส่งสินค้ามีความสัมพันธ์ทางตรงกับจำนวนเที่ยวบินที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารนั่นเอง

ตารางที่ 2 จำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของท่าอากาศยาน สังกัดกรมท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2563

ธุรกิจการบิน	พ.ศ. 2561		พ.ศ. 2562		พ.ศ. 2563	
	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)	จำนวน	เปลี่ยนแปลง (%)
ผู้โดยสาร (คน)	19,097,455	4.26	18,211,157	-4.64	11,359,848	-37.62
เที่ยวบิน (เที่ยว)	152,350	0.92	143,378	-5.89	98,841	-31.06
การขนส่งสินค้า(ตัน)	6,807,536	-79.23	5,573,563	-18.13	3,641,476	-34.67

ที่มา: กรมท่าอากาศยาน, 2563

กราฟที่ 2 จำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของท่าอากาศยาน สังกัดกรมท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2563



จากตารางที่ 2 และกราฟที่ 2 แสดงจำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของท่าอากาศยานสังกัดกรมท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2563 มีทิศทางสอดคล้องกัน กล่าวคือในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มีจำนวนผู้โดยสาร 19.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ร้อยละ 4.26 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และ 2563 มีจำนวนผู้โดยสาร 18.21 ล้านคนและ 11.36 ล้านคน ลดลงจากปีงบประมาณที่ผ่านมาร้อยละ 4.64 และ 37.62 ตามลำดับ

ในส่วนของปริมาณเที่ยวบิน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 พบว่ามีจำนวน 1.5 แสนเที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.92 ขณะที่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และ 2563 มีปริมาณเที่ยวบินภายในประเทศ 1.4 แสนเที่ยวบิน และ 0.98 แสนเที่ยวบิน ลดลงจากเที่ยวบินที่ผ่านมาร้อยละ 5.89 และ 31.06 ตามลำดับ

สำหรับปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ พบว่าปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จำนวน 6.8 ล้านตัน ลดลงจากปีงบประมาณที่ผ่านมา ร้อยละ 79.23 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และ 2563 มีปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศจำนวน 5.6 ล้านตัน และ 3.6 ล้านตัน ลดลงจากเที่ยวบินที่ผ่านมา ร้อยละ 18.13 และ 34.67 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้โดยสาร ปริมาณเที่ยวบิน และปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของ



ท่าอากาศยานสังกัดกรมท่าอากาศยาน พบว่ามีแนวโน้มลดลงทุกปีโดยเฉพาะปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ทั้งนี้เป็นผลจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้สายการบินภายในประเทศไม่สามารถให้บริการแบบประจำได้ สายการบินบางส่วนหยุดการบินชั่วคราว เครื่องบินไม่สามารถรองรับผู้โดยสารเต็มจำนวน ทั้งนี้เนื่องจากต้องสร้างการรักษาระยะห่างตามมาตรการจำกัดการเดินทางและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

ผลประกอบการของสายการบินกับสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

สายการบินต่างประสบปัญหาผลประกอบการทุกสายการบิน เพื่อให้เห็นความชัดเจนถึงผลกระทบต่อได้รับ จึงขอนำเสนอข้อมูลผลประกอบการของสายการบินไทย (Thai Airways) ไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) และบางกอกแอร์เวย์ส (Bangkok Airways) ซึ่งเป็นสายการบินในตลาดหลักทรัพย์ ครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 (Marketeer, 2563)

กลุ่มการบินไทยและไทยสมายล์แอร์เวย์ เป็นบริษัทที่ให้บริการสายการบินที่มีทั้ง Full Service และ Low Cost Airlines ในครึ่งปีแรก พ.ศ. 2563 กลุ่มการบินไทยให้บริการรับส่งผู้โดยสารลดลงเหลือเพียง 3,497,000 คน จากเที่ยวบิน 15,685 เที่ยวบิน เทียบกับไตรมาสสองของปี พ.ศ. 2562 ที่มีผู้โดยสารมากถึง 4,490,000 คน ผ่านเที่ยวบิน 17,685 เที่ยวบิน

ไทยแอร์เอเชีย เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier) ขาดทุนมากถึง 3,171.2 ล้านบาท ในครึ่งปีแรก พ.ศ. 2563 ส่วนสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ซึ่งเป็นสายการบินในเซกเมนต์บูทีกแอร์ไลน์ จำนวนเที่ยวบินที่ลดลงจาก 35,679 เที่ยวบินในครึ่งปีแรก พ.ศ. 2562 เหลือเพียง 17,831 เที่ยวบินในครึ่งปีแรก พ.ศ. 2563

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลประกอบการสายการบินในประเทศไทยไตรมาส 2/2562 และ 2/2563

สายการบิน	ผลประกอบการ	ไตรมาส 2/2562 (เม.ษ.- มิ.ย.)	ไตรมาส 2/2563 (เม.ษ.- มิ.ย.)
กลุ่มการบินไทย และไทยสมายล์แอร์เวย์	รายได้	42,509 ล้านบาท	2,492 ล้านบาท
	ขาดทุน	7,112 ล้านบาท	13,701 ล้านบาท
ไทยแอร์เอเชีย	รายได้	10,006.4 ล้านบาท	2,221 ล้านบาท
	ขาดทุน	799.20 ล้านบาท	1,800.7 ล้านบาท
บางกอกแอร์เวย์ส	รายได้	6,077.4 ล้านบาท	1,043.7 ล้านบาท
	ขาดทุน	698.1 ล้านบาท	2,974.8 ล้านบาท

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบผลประกอบการของสายการบินในประเทศครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2562 และครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2563

สายการบิน	ผลประกอบการ	ครึ่งปีแรกปี 2562 (ม.ค.- มิ.ย.)	ครึ่งปีแรกปี 2563 (ม.ค.- มิ.ย.)
กลุ่มการบินไทย และ ไทยสมายล์แอร์เวย์	รายได้	92,300 ล้านบาท	40,493 ล้านบาท
	ขาดทุน	7,939 ล้านบาท	18,308 ล้านบาท
ไทยแอร์เอเชีย	รายได้	21,624.0 ล้านบาท	9,675.3 ล้านบาท
	ขาดทุน	+324.8 ล้านบาท	3,171.2 ล้านบาท
บางกอกแอร์เวย์ส	รายได้	13,353.0 ล้านบาท	6,881.5 ล้านบาท
	ขาดทุน	187.2 ล้านบาท	3,332.8 ล้านบาท

ที่มา: Marketeer, 2563

จากตาราง พบว่า กลุ่มการบินไทยและไทยสมายล์แอร์เวย์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการสายการบินที่มีทั้ง Full Service และ Low Cost ส่วนใหญ่เป็นเครื่องบินเช่าเหมาลำ รับส่งคนไทยและคนต่างชาติดักลับประเทศ การลดลงของจำนวนผู้โดยสารส่วนหนึ่งและมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคมของภาครัฐที่จำกัดจำนวนที่นั่งเพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม การงดจำหน่ายอาหารและสินค้าบนเครื่องบินทำให้ผลประกอบการของสายการบินมีรายได้ลดลง ขาดทุนมากขึ้นในครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 เทียบกับปี 2562 โดยสายการบินไทยมีรายได้ 92,300 ล้านบาทเทียบกับครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 มีรายได้เพียง 40,493 ล้านบาททำให้ผลประกอบการขาดทุนมากถึง 18,308 ล้านบาท สายการบินไทยแอร์เอเชีย รายได้ครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2562 (ม.ค.- มิ.ย.) 21,624.0 ล้านบาทเทียบกับครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 (ม.ค.- มิ.ย.) ที่มีจำนวน 9,675.3 ล้านบาทให้ผลประกอบการในครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 (ม.ค.- มิ.ย.) ขาดทุน 3,171.2 ล้านบาท ในขณะที่ครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2562 (ม.ค.- มิ.ย.) มีผลกำไร 324.8 ล้านบาท อาจเป็นเพราะทางไทยแอร์เอเชียมีผลกำไรในการประกอบการมาโดยตลอด จึงทำให้ครึ่งปีแรก ของปี พ.ศ. 2562 ยังมีผลกำไรอยู่ สำหรับบางกอกแอร์เวย์สครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2562 (ม.ค.- มิ.ย.) มีรายได้ 13,353.0 ล้านบาท ครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 (ม.ค.- มิ.ย.) รายได้ลดลงเหลือเพียงจำนวน 6,881.5 ล้านบาท ผลประกอบการในครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2563 (ม.ค.- มิ.ย.) ขาดทุน 3,332.8 ล้านบาทในขณะที่ครึ่งปีแรกปี พ.ศ. 2562 (ม.ค.- มิ.ย.) ขาดทุน 187.2 ล้านบาท

สายการบินต้นทุนต่ำหรือ Low-Cost Carrier เป็นสายการบินที่นำเสนอราคาตั๋วโดยสารที่ถูกกว่าสายการบินแบบ Full Service เนื่องจาก โครงสร้างการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำนั้น มีการลดการบริการที่เคยมีกับการบริการแบบ Full Service เช่น น้ำหนักกระเป๋าสัมภาระใต้ท้องเครื่อง การให้บริการอาหาร และ In-Flight Entertainment เป็นต้น อีกทั้งยังมีรูปแบบการบริการโดยใช้เครื่องบินประเภทเดียวกันทั้งฝูงบินทำให้เกิดการประหยัดต่อการฝึกอบรม และค่าซ่อมบำรุง ซึ่งสิ่งที่กล่าวมานั้นเป็นปัจจัยทำให้สามารถลดต้นทุนของสายการบิน และสามารถนำเสนอราคาตั๋วโดยสารที่ถูกกว่าได้ หากผู้โดยสารต้องการบริการใดๆเพิ่มเติมจะต้องมีการจ่ายเงินซื้อบริการนั้นๆ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้สายการบินไม่สามารถดำเนินธุรกิจแบบเดิมได้ และเมื่อมีการผ่อนปรนทางการบินยังมีมาตรการ Social Distancing ทำให้แต่ละเที่ยวบินรับผู้โดยสารได้น้อยลง รวมทั้งการงดบริการจำหน่ายอาหารและสินค้าบนเครื่อง ซึ่งเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางหนึ่งในการหารายได้ของสายการบิน จึงเป็นเหตุให้รายได้ของสายการบินมีจำนวนลดลง

การปรับตัวของสายการบิน

การปรับตัวของสายการบินต่างประเทศ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อสายการบินทั่วโลก และการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ มีสายการบิน 18 สายการบินที่ล้มละลายและปิดกิจการ เช่น Flybe ของประเทศอังกฤษ Tran State Airlines และ Compass Airlines ของประเทศสหรัฐอเมริกา Virgin Australia Airlines และ TigerAir Australia ของประเทศออสเตรเลีย Avianca Airlines ลาตินอเมริกา Latam Airlines ประเทศชิลี และนกสกุ๊ตประเทศไทย (Buiety Prathumporn, 2563) ถึงแม้ว่าการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศจะต้องหยุดชะงักแต่การขนส่งสินค้ายังสามารถทำการบินเพื่อขนส่งสินค้าได้ ในการส่งมอบอาหาร ยาปฏิชีวนะ และสินค้าจำเป็น เช่น หน้ากากอนามัย ชุดกาวน์ และอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) ไปยังประเทศต่างๆ สายการบินจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานะฉุกเฉินจากโรคระบาดที่สร้างผลกระทบในครั้งนี้ โดยวิธีการหลักที่สายการบินดำเนินการมี 3 รูปแบบเพื่อเปลี่ยนอากาศยานโดยสารให้เป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า นั่นคือ 1) สายการบินใช้เครื่องบินโดยสารทำการขนส่งสินค้าโดยวางสินค้าบนที่นั่งผู้โดยสารและใช้ตาข่ายยึดคลุมสินค้าหรือใช้สายรัดรัดสินค้าให้อยู่กับที่ 2) สายการบินดัดแปลงเครื่องบินโดยสารสำหรับปฏิบัติการขนส่งสินค้าชั่วคราว โดยดำเนินการถอดที่นั่งผู้โดยสารออกเพื่อเพิ่มพื้นที่วางสินค้า และ 3) สายการบินดัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้าอย่างถาวร แต่การดัดแปลงเครื่องบินในรูปแบบที่ 3 นี้ จะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง สายการบินต่างๆ จึงเลือกที่จะทำการดัดแปลงเครื่องบินโดยสารเพื่อการบรรทุกสินค้าชั่วคราว ซึ่งสมเหตุสมผลต่อปฏิบัติการเฉพาะกิจที่มีทิศทางดำเนินไปในระยะสั้น และมีราคาต้นทุนที่ประหยัดกว่า

ปัจจุบันมีสายการบินหลายสายการบิน ได้ดำเนินการดัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า (Cargo) เช่น Lufthansa, Korean Air, Aeromexico, Turkish Airlines, Finnair, Emirates, Austrian Airlines, Swiss Air, Hainan Airlines (Buiety Prathumporn, 2563) ที่เมือง Montreal และ Quebec ประเทศแคนาดา ซึ่งสายการบินแห่งชาติคือ Air Canada ซึ่งมีการปลดระวางฝูงเครื่องบินขนส่งสินค้าของตัวเองมานานกว่า 25 ปี ได้กลับสู่ปฏิบัติการขนส่งสินค้าอีกครั้ง โดยสายการบินฯ ได้ทำการปลดที่นั่งผู้โดยสารออกจากเครื่อง Boeing 777-300ER จำนวน 4 ลำ เพื่อเพิ่มพื้นที่ระวางในการขนส่งสินค้าจำเป็น อาทิ หน้ากากอนามัย ชุดกาวน์ และอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) จากนครเซี่ยงไฮ้สู่ประเทศแคนาดา และ Air Canada ยังวางแผนปรับเปลี่ยนเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า เพื่อรองรับความต้องการในเส้นทางสู่ทวีปยุโรปและอเมริกา ขณะเดียวกันสายการบินสัญชาติอเมริกันอย่าง American Airlines และสายการบินประจำชาติของประเทศฟินแลนด์อย่าง Finnair ปรับเครื่องบินโดยสารของตนสำหรับปฏิบัติการขนส่งสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการขนส่งสินค้าทางอากาศในการส่งมอบสินค้าจำเป็นเพื่อต่อต้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 สายการบิน Emirates ยังคงลำเลียงอาหารสู่สหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้พื้นที่ระวางสินค้าบนเครื่องบินขนส่งสินค้า Virgin Atlantic สายการบินเอกชนสัญชาติอังกฤษ ได้เข้าร่วมภารกิจด้านภัยโรคระบาด และจัดส่งอุปกรณ์ PPE กว่า 43 ล้านชุดไปยังสหราชอาณาจักรผ่านเที่ยวบินขนส่งสินค้าโดยเฉพาะ ซึ่งเข้าหามาโดยกรมอนามัยและสังคมและหน่วยงานระบบสุขภาพ (NHS) ของอังกฤษ ขณะที่สายการบิน SWISS เตรียมดัดแปลงถอดที่นั่งชั้นประหยัดออกจากเครื่องบิน Boeing 777-300ER จำนวน 3 ลำ เพื่อสนับสนุนบริการขนส่งสินค้าที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สายการบิน Cebu Pacific (CEB) จากฟิลิปปินส์ ก็ปฏิบัติการเที่ยวบินขนส่งสินค้าทางอากาศอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบอาหาร ยาปฏิชีวนะ และสินค้าจำเป็น แก่หมู่เกาะทั่วประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการขนส่งสินค้าภายในห้องโดยสารของผู้ดำเนินการเดินอากาศในสถานการณ์ที่มีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (EASA: European Aviation Safety Agency) (EASA, 2563)

แนวโน้มการปรับตัวสำหรับสายการบินในแต่ละประเทศในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา-19 จะเน้นการเปิดบริการการบินแทนการจอดเครื่องบินทิ้งไว้ที่สนามบิน เช่น สิงคโปร์แอร์ไลน์ส (Singapore Airlines) เปิดประสบการณ์ขายบัตรรับประทานอาหาร เปิดประสบการณ์ดินเนอร์บนเครื่องบินแอร์บัส A380 ที่จอดอยู่ที่สนามบิน รวมทั้งจัดทำโครงการ SIA@Home เพื่อจัดส่งอาหารของสายการบินชั้นธุรกิจและเฟิร์สคลาสแบบเดลิเวอรี่ถึงบ้านผู้บริโภค สายการบิน อีวีเอ แอร์ (EVA Air) ของไต้หวัน เปิดเที่ยวบินที่ไร้จุดหมายปลายทาง เครื่องบินจะขึ้นบินจากท่าอากาศยานนานาชาติเถาหยวน กรุงไทเป และวนลงกลับมาที่เดิม สายการบินในญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และบรูไน หันมาให้บริการเที่ยวบินไร้จุดหมายเช่นกัน โดยส่วนใหญ่เป็นการบินขึ้นบนน่านฟ้า ก่อนที่จะกลับมาลงที่สนามบินต้นทางโดยไม่



แวะจอดระหว่างทาง สายการบิน แควนตัส (Qantas Airways) ของประเทศออสเตรเลีย เปิดขายเซตของใช้บนเครื่องบิน ที่มีที่นั่งชุนนอน ของใช้ทั่วไป รวมไปถึงขนมและโลชั่นต่างๆ ระดับเฟิร์สคลาสทางออนไลน์ และทางสายการบินจะทำการจัดส่งให้ถึงบ้าน นอกจากนี้ยังเปิดบริการเที่ยวบินพิเศษแบบไร้จุดหมายปลายทางเช่นเดียวกัน โดนกัปตันจะบินผ่านวิวสวยงามของชายฝั่งประเทศออสเตรเลีย

การปรับตัวของสายการบินในประเทศไทย

ที่ผ่านมาการขนส่งสินค้าทางอากาศของไทยส่วนใหญ่จะขนส่งไปกับใต้ท้องเครื่องบินโดยสาร ดังนั้นการห้ามอากาศยานโดยสารทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 จึงส่งผลให้ปริมาณการขนส่งสินค้าลดลงในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตามสายการบินยังสามารถทำการบินเพื่อขนส่งสินค้าได้ ประกอบกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ได้ออกประกาศ กพท. เรื่อง การยกเว้นมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการขนส่งสินค้าภายในห้องโดยสารของผู้ดำเนินการเดินอากาศ ในสถานการณ์ที่มีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (COVID-19) เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการรับขนส่งสินค้าในช่วงเวลาปัจจุบัน (Nophawhan, 2563)

ขณะเดียวกันสายการบินภายในประเทศก็ได้พยายามพยุงธุรกิจของตัวเองเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ เช่น การบินไทยเปิดโครงการเที่ยวบินพิเศษ “บินรับมงคลบนฟากฟ้า” ผ่าน 99 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทย บินวันไม่ลงจอด 3 ชั่วโมง ครอบคลุม 31 จังหวัดในประเทศไทย การขยายการให้บริการอาหาร เติลเวอรี่อาหาร และการขายเบเกอรี่ Puff & Pie ผ่านช่องทางทั้งของร้านค้าและออนไลน์ สายการบินแอร์เอเชีย ก็ใช้วิธีการคล้ายๆกัน มีการนำเสนอตัวแบบบุฟเฟต์ การนำสินค้าที่บริการบนเครื่องบินมาจำหน่ายให้กับบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นขนม หรือ ชานมไข่มุก รวมทั้งยังเปิดหลักสูตรสอนพนักงานทำการค้าออนไลน์ให้พนักงาน เปิดเส้นทางเที่ยวทั่วไทยโดยลดราคาตั๋วเดินทาง เป็นต้น นอกเหนือจากวิธีการที่กล่าวมาแล้ว สายการบินยังมีการใช้มาตรการอื่นๆ ประกอบ เช่น การปรับลดเงินเดือนของผู้บริหาร การขอความร่วมมือนักบินในการใช้สิทธิ์สมัครใจลางานโดยไม่รับเงินเดือน รวมทั้งการเลิกจ้างนักบิน ลูกเรือ และพนักงานต่างๆ รวมทั้งการปรับลดสวัสดิการของผู้บริหารและพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร

ในขณะที่สายการบินนกแอร์ก็ได้ใช้วิธีการจัดโปรโมชั่น “ซื้อก่อน บินทีหลัง” ซึ่งเป็นการขาย voucher ล่วงหน้าเพื่อนำไปใช้ในช่วงระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึง 31 ธันวาคม 2563

ภาครัฐกับการช่วยเหลือสายการบิน

การหยุดบินระหว่างประเทศ ภาครัฐได้ให้ความช่วยเหลือสายการบินในหลายรูปแบบภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถผ่านพ้นช่วงวิกฤตและกลับมาให้บริการได้ ซึ่งสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ หรือ IATA ให้เหตุผลที่ภาครัฐควรจะต้องเข้ามาสนับสนุนธุรกิจการบิน เช่น การช่วยลดการเลิกจ้างงานในธุรกิจการบิน ช่วยรักษาการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ค่อนข้างไกล การทำให้การขนส่งสินค้าทางอากาศโดยเฉพาะยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ยังคงดำเนินต่อไปได้ และที่สำคัญคือ การช่วย

รักษาการเชื่อมต่อทางอากาศ (Air Connectivity) โดยสามารถดำเนินการได้ 2 ลักษณะ (ธนกร ฌรงควาณิช, 2563) คือ

1. ถ้าเป็นสายการบินขนาดใหญ่ที่สถานะทางการเงินที่ค่อนข้างดี จะสามารถเพิ่มสภาพคล่องตนเองได้ด้วยวิธีการระดมทุน เช่น Singapore Airlines เพิ่มทุนราว 3.45 แสนล้านบาทด้วยการออกหุ้นสามัญและหุ้นกู้แปลงสภาพ หรือวิธีการควบรวมและซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions) เพื่อเสริมความแข็งแกร่ง

2. ถ้าเป็นสายการบินที่มีสถานะทางการเงินที่ไม่ค่อยดี รัฐบาลในหลายประเทศได้ให้ความช่วยเหลือธุรกิจสายการบินภายใต้เงื่อนไขที่รัฐกำหนด ซึ่งรูปแบบการให้ความช่วยเหลือในต่างประเทศแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

2.1 การลดค่าธรรมเนียมและค่าภาษีในธุรกิจการบิน เช่น การลดค่าจอดเครื่องบิน การลดค่าบริการจราจรทางอากาศ การลดค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ และการลดภาษีเครื่องบินกับภาษีสนามบิน เช่น รัฐบาลออสเตรเลียให้ความช่วยเหลือสายการบินในเรื่องการลดค่าธรรมเนียม และค่าภาษีในธุรกิจการบินมูลค่ากว่า 460 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และในสิงคโปร์ให้ความช่วยเหลือมูลค่ากว่า 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

2.2 การสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรทางการบินเพื่อลดการถูกพักงานหรือโดนเลิกจ้าง เช่น การกำหนดเพดานเงินชดเชยต่อบุคลากร การห้ามปลดพนักงานจนถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2563 ส่วนของไทยยังไม่มีมาตรการใดๆ ออกมาช่วยเหลือบุคลากรทางการบินหากถูกเลิกจ้าง ปัจจุบันบริษัทที่เป็นบริษัทลูกของสายการบินไทยได้ปลดพนักงานออกเป็นจำนวนหนึ่งตั้งแต่สิ้นเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยคัดเอาพนักงานบางส่วนไว้

2.3 การพิจารณาให้เงินกู้ระยะสั้น เพื่อเพิ่มสภาพคล่องแก่สายการบิน ในการนำเงินกู้มาฟื้นฟูธุรกิจสายการบิน ในไทยก็ยังไม่มีความมาตรการดังกล่าว มีเพียงเปิดให้ทำการบินภายในประเทศได้บางส่วนเท่านั้น

สำหรับประเทศไทย การช่วยเหลือของภาครัฐเกี่ยวกับการลดค่าธรรมเนียมและค่าภาษีในธุรกิจการบิน บมจ. ท่าอากาศยานไทย และหน่วยงานอื่นๆ ได้ให้ความช่วยเหลือธุรกิจการบินบางส่วน พร้อมทั้งยังออกมาตรการเพิ่มเติมแก่สายการบินที่หยุดให้บริการชั่วคราว เช่น การลด/ยกเว้นค่าบริการในการขึ้นลงของอากาศยาน ส่วนการพิจารณาให้เงินกู้ระยะสั้นเพื่อเพิ่มสภาพคล่องแก่สายการบิน ในการนำเงินกู้มาฟื้นฟูธุรกิจสายการบินประเด็นนี้ยังไม่มีความ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

บทสรุป

ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นยุคที่ประชาคมโลกมีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะไร้พรมแดน ทำให้ประเทศต่างๆ มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ประเทศต่างๆ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกัน ดังนั้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงเป็นสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ และส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลก หลายธุรกิจเกิดภาวะขาดทุน มีการปิดตัว เกิดภาวะเลิกจ้าง ตกงาน ทุกๆ ประเทศที่ได้รับผลกระทบได้มีการวางแผนและออกนโยบายต่างๆ เพื่อจะรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้นและเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ ธุรกิจการบินก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะคนส่วนใหญ่เลือกใช้การเดินทางทางอากาศเนื่องด้วยความสะดวกสบายและรวดเร็ว การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีความรุนแรงกระจายวงกว้างเพราะมีการเดินทางระหว่างประเทศของผู้โดยสารจำนวนมาก อีกทั้งทางองค์การอนามัยโลกได้ออกมาประกาศว่าโควิด-19 ได้เป็นการระบาดใหญ่ครอบคลุมทั่วโลก เป็นเหตุให้สายการบินต่างๆ ต้องมีการประกาศยกเลิก และหยุดกิจการบินทั้งการบินระหว่างประเทศและในประเทศ ทำให้ธุรกิจสายการบินเกิดภาวะขาดทุน และบางสายการบินรุนแรงถึงขั้นต้องปิดสายการบิน และเหตุการณ์นี้ทำให้สายการบินจำเป็นต้องมีการปลดพนักงานบางส่วนลงเพื่อลดภาระรายจ่ายของสายการบิน เกิดภาวะตกงานของพนักงาน มีการปลดระวางเครื่องบิน อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะไม่มีการเดินทางของผู้โดยสาร แต่สายการบินยังคงมีสินค้าในการดำเนินการขนส่ง โดยเฉพาะอาหาร หน้ากากอนามัย ยาปฏิชีวนะ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และสินค้าจำเป็นอื่นๆ จึงทำให้สายการบินมีการปรับรูปแบบของการบริการ เช่น มีการบรรทุกสินค้าบนที่นั่งผู้โดยสาร มีการถอดที่นั่งในชั้นโดยสารเพื่อบรรทุกสินค้าได้มากขึ้นเพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด หรือบางสายการบินมีการดัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้าอย่างถาวร แม้ว่าจะมีการผ่อนปรนทางการบินหลังจากเริ่มมีการควบคุมเชื้อไวรัสโควิด-19 สายการบินก็ยังไม่สามารถดำเนินการบินได้ในลักษณะเดิม โดยสายการบินได้มีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ New Normal กล่าวคือ ในการทำการบินสายการบินยังคงต้องมีการรักษาระยะห่าง (Social Distancing) โดยเว้นที่นั่งผู้โดยสารตามประกาศจากมาตรการรัฐ พนักงานมีการสวมใส่เครื่องแบบพร้อมชุด PPE หรือมีการสวมใส่อุปกรณ์เพื่อเน้นย้ำให้เห็นถึงด้านสุขอนามัย ผู้โดยสารจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการเดินทาง รวมถึงการงดเว้นการบริการอาหารบนเครื่อง เป็นต้น นอกจากนี้สายการบินก็ยังมีมาตรการอื่นๆ ที่นำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อจะเป็นการหารายได้สู่บริษัท เช่น การจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ถึงบ้านผู้บริโภค การเปิดเที่ยวบินพิเศษแบบไร้จุดหมายปลายทาง และการขายชุดเซตของใช้บนเครื่องบิน อย่างไรก็ตามการปรับตัวนี้เป็นการปรับตัวในระยะสั้น ซึ่งเชื่อว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อธุรกิจการบินต่อไปอีกระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นธุรกิจการบินจึงต้องมีการเรียนรู้ ปรับตัว และมองหากลยุทธ์ใหม่เพื่อให้สายการบินอยู่รอดได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมท่าอากาศยาน. (2563). *ข้อมูลสถิติการขนส่งทางอากาศของท่าอากาศยานในสังกัดกรมท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 - 2563*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2563, จาก www.airports.go.th.
- กองเศรษฐกิจการบิน. (2563). *รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ ไตรมาสที่ 3 ประจำปี 2563*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2563, จาก www.caat.or.th.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). *เทียบฟอร์ม 'สายการบินโลก' งดกลยุทธ์คืนฝ่าวิกฤติโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.msn.com/th-th/money/news>.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด. (2563). *เปิดรายงาน IMF-UNCTAD วิเคราะห์เศรษฐกิจโลกหลังโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/imf-unctad>.
- ธนกร ณรงค์วานิช. (2563). *อุตสาหกรรมการบินจะผ่านไประหว่างอย่างไรกับโควิด-19*. วิทยาลัยการท่องเที่ยว และโรงแรม. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพมหานคร. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2563). *สถิติการขนส่งทางอากาศ 2563*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2563, จาก www.airport.thai.co.th.
- บริษัทหลักทรัพย์ที่ปรึกษาการลงทุน คลาสสิก ออสสิริส จำกัด. (2563). *ไวรัสโควิด-19 จะทำให้เศรษฐกิจโลกพังขนาดไหน*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.caf.co.th/artical/virus-damage-the-global-economy.html>.
- ยุทธนา เศรษฐปราโมทย์. (2563). *เศรษฐกิจติดโควิด: แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2563 - 2564*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/624414> โพสต์ทูเดย์.
- สถาบันการบินพลเรือน. (2563). *สรุปข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมการบินของไทย ประจำปีไตรมาสที่ 2/2563 (เมษายน-มิถุนายน 2563)*. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.catc.or.th/2015/attachments/file/year2563/63Quarter2.pdf>.
- สมประวิณ มันประเสริฐ. (2563). *พลิกโฉมธุรกิจหลังวิกฤตโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/business-transformative-after-covid>.
- สุจิตรา रिมนดุสิต. (2563). *ประวัติความเป็นมาอุตสาหกรรมการบิน*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2563, จาก elhs.ssrui.ac.th/sujitar_su/pluginfile.php/355/mod_resource/content/0/doc_tim1407.
- เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย. (2563). *ผลกระทบวิกฤติโควิด 19 กับเศรษฐกิจโลก This Time is Different BOT พระสยาม Magazine ฉบับที่ 5/2563 (กันยายน-ตุลาคม)*, สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_Cover ธนาคารแห่งประเทศไทย.



- เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต້องหุ้ย. (2563). *เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด 19 : โรคปฏิวัดโโล ยกเครื่องสู่อุณหภูมิชีวิตใหม่*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_CoverStory.as.
- องค์การอนามัยโลก. (2563). *รายงานสถานการณ์โดยองค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทยฉบับที่ 111*. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.who.int/thailand/emergencies/novel-coronavirus-2019/situation-reports>.
- องค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป:EASA. (2563). *มาตรการและแนวทางปฏิบัติในการขนส่งสินค้าภายในห้องโดยสาร Guidelines for the Transport of Cargo in Passenger Aircraft*. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.easa.europa.eu/document-library/general-publication/guidelines-transport-passenger-aircraft>.
- Buiety Prathumporn, (2563). *รวมธุรกิจใหญ่ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://techsauce.co/news/corporate-effect-covid-19#orate>.
- KKP Research. (2563). *เศรษฐกิจไทยปีหน้าฟื้นตัวยาก เสี่ยงสะดุดจาก 3 ปัจจัย*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://media.kkpfgr.com/document/2020/Sep/KKP%20Research%20Marketeer>.
- Research Marketeer. (2563). *ครึ่งปีที่ผ่านมาสายการบินขาดทุนเท่าไร ในวันที่นานฟ้าเต็มไปด้วยโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2563, สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/182612>.
- NOPHAWHAN. (2563). *สายการบินปรับตัวขนส่งสินค้าต้นเที่ยวบินคาร์โก 6 สนามบินหลัก*. The Bangkok Insight. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.bangkokbignews/detail/900685>.
- The standard. (2563). *สถานการณ์โรคโควิด-19 ระบาดทั่วโลก*. สืบค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2563, จาก <https://thestandard.co/coronavirus>.

ศิราภรณ์ : เครื่องประดับศิระษะในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

ปฎิวัติ นามทองใบ¹/ ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ²

¹นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

²รองศาสตราจารย์ ดร., ที่ปรึกษา สาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อีเมล: nummun1@hotmail.com

รับต้นฉบับ 20 กุมภาพันธ์ 2564; ปรับแก้ไข 10 เมษายน 2564; รับตีพิมพ์ 21 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์และศึกษาการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม จากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้รู้ จำนวน 4 คน ผู้ปฏิบัติ จำนวน 3 คนและบุคคลทั่วไป จำนวน 20 คน รวมทั้งสิ้น 27 คน เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ ที่มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง นำเสนอ ผลการวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า มีการนำศิราภรณ์ไปใช้งานที่หลากหลายขึ้น รูปแบบและรูปทรงมีการพัฒนา ปรับ ลด ทอน เพื่อให้ผู้ที่สวมใส่เคลื่อนไหวร่างกายได้สะดวกคล่องตัวในการนำเสนอบนเวที การประยุกต์และสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด ตามที่กองประกวดกำหนดไว้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเห็นสมควรที่จะศึกษา พัฒนาการของศิราภรณ์ แนวคิดในการประดิษฐ์ การคัดเลือกวัตถุดิบ และบันทึกไว้เพื่อประโยชน์ แก่การศึกษาสำหรับผู้สนใจต่อไป อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ในการประกอบอาชีพบนรากฐานทางวัฒนธรรม ที่ผ่านการพัฒนาปรับเปลี่ยนในยุคปัจจุบัน เพื่อให้คงอยู่คู่คนไทยเป็นมรดกสืบทอดต่อไป

คำสำคัญ

ศิราภรณ์ การประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

Siraporn : Headdresses in Miss Grand Thailand Contest

Patiwat Namthongbai¹ / Pattamawadee Chansuwan²

¹Graduate student, Master of Performing Arts Program in Fine - Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

²Associate professor Dr. , Principal Advisor, PerForming Arts major, Faculty of Fine - Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University
E-mail : nummun1@hotmail.com

Received 12 February 2021; Accepted 10 April 2021; Published 21 June 2021

Abstract

This research aimed to study the background of Thai Siraporn in Miss Grand Thailand contest and the creation of Thai Siraporn for applying to Miss Grand Thailand contest by utilizing a qualitative research method. Data collection was conducted through a documentary study and a field study through the statements of a sample group of 27 participants consisted of 4 key informants, 3 casual informants, and 20 general informants. Research instruments were a survey form, an observation form, a structured interview form, and an unstructured interview form. Research results were presented by means of a descriptive analysis.

It was found that Siraporn has been used in a variety of applications. Forms and shapes have been developed, adjusted, reduced to allow the wearer to move their body more easily during the presentation on stage. Applications and creations were in accordance with the identity of each province as specified by each contest committee. Therefore, it was appropriate to study Siraporn's development, invention ideas, raw material selection, and to record the data for further educational benefits to those who are interested in this knowledge. In addition, this also added value to the products for cultural based business professions. The products have been developed and modified at present in order to remain a legacy that lives with the Thai people forever.

Keywords:

Siraporn, Miss Grand Thailand Contest



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นาฏศิลป์ ดนตรีเป็นสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการร้อง รำ ทำเพลง ประกอบด้วย ภาษา ท่าทาง อารมณ์ และความรู้สึก อันมีเอกลักษณ์ที่งดงาม จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในหลักศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหง ปรากฏคำว่า ระบำ รำ เต้น มาตั้งแต่ครั้งกรุงสุโขทัย สมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ ซึ่งมีความเจริญด้านนาฏศิลป์และการละครในราชสำนัก และได้รับการสืบทอดมาโดยตลอด นับตั้งแต่กรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ทำให้เกิดเป็นระเบียบแบบแผนมาตรฐาน อีกทั้งได้รับการยกย่องให้เป็นการแสดงในราชสำนัก มีวิวัฒนาการ และได้รับการฟื้นฟูมาทุกยุคทุกสมัย โดยมืองค์พระมหากษัตริย์ทรงให้การอุปถัมภ์ค้ำชู มีการจัดการแสดงในงานพระราชพิธี รัฐพิธี หรือแม้แต่ราชพิธีต่างๆ ได้มีการแบ่งศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ออกหลายรูปแบบ เช่น โขน ละคร ฟ้อนรำ การแสดงพื้นบ้าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ แสดงถึงความเจริญของคนในชาติ ความมีจิตใจดีงาม มีความคิดทางสังคมที่เป็นระเบียบแบบแผน และมีความสามารถในเชิงช่าง พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายนาฏศิลป์ ไว้ว่า “ศิลปะในการละคร” ซึ่งศิลปะแห่งการละครฟ้อนรำนั้น มีมาตั้งแต่ดึกดำบรรพ์คู่กับมนุษยชาติ และมีอยู่ด้วยกันในทุกชาติ ทุกภาษา เป็นธรรมชาติในการแสดงออกอย่างหนึ่งของมนุษย์ เพื่อสื่อความหมายของเนื้อหาและอารมณ์ เมื่อมนุษย์อยู่ร่วมกันในชุมชน การฟ้อนรำจึงเข้ามาทำหน้าที่สื่อความหมายได้อีกช่องทางหนึ่ง (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2543, น. 331 - 332)

ในด้านสุนทรียภาพทางศิลปะการแสดงดนตรีและนาฏศิลป์ มืองค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความสมบูรณ์ ได้แก่ ท่ารำที่อ่อนช้อยงดงาม ดนตรีที่ไพเราะ บทประพันธ์ที่ถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างแจ่มชัด เครื่องแต่งกายที่สวยงาม บ่งบอกลักษณะของผู้แสดง ฉากเวทีแสงสีเสียงเพื่อสร้างบรรยากาศของการแสดง (เต็มสิริ บุญยสิงห์, 2514, น. 248)

เครื่องแต่งกายนาฏศิลป์ หมายถึง เครื่องแต่งกายที่สวมใส่ในการแสดง เพื่อความงดงาม และเพื่อบ่งบอกบุคลิกลักษณะของตัวละครหรือผู้แสดง เครื่องแต่งกายในที่นี้ประกอบด้วย ศิราภรณ์ เครื่องประดับศีรษะ พัสตราภรณ์ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และถนิมพิมพาภรณ์คือเครื่องประดับร่างกาย (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2543, น. 197)

เครื่องแต่งกายโขนละครเป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้ในการแสดง มีการพัฒนามาจากคติความเชื่อและค่านิยมของสังคมไทย จนเป็นเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งเครื่องแต่งกายโขนละครได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการแสดง ที่ถูกออกแบบตามจินตนาการที่ทำให้เกิดความงามตามความนิยมของคนไทย (สุรัตน์ จงดา, 2556, น. 1)

เครื่องแต่งกายละครไทยเป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้ในการแสดงนาฏศิลป์ มีการพัฒนามาจากความเชื่อและค่านิยมของสังคมไทยจนเป็นเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งเครื่องแต่งกายละครไทยได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการแสดง ที่ถูกออกแบบตามจินตนาการที่ทำให้เกิดความงามตามความนิยมของไทย เครื่องแต่งตัวโขนละครของไทยนับเป็น “ศิลปะสร้างสรรค์” ประเภทหนึ่งถือว่าเป็นศิลปะแห่งการเต้นโขนรำละคร เป็น “ศิลปะแบบฉบับ” แล้ว เครื่องแต่งตัวโขนก็เป็นศิลปะแบบฉบับเหมือนกันเพราะได้ประดิษฐ์คิดทำให้ประณีตขึ้นตามลำดับจนถึงขั้นวิจิตรศิลป์ (ฉัตรชัย เคียรประเสริฐ, 2560, น. 1)

เครื่องแต่งตัวโขน ละคร ของไทยนับเป็น “ศิลปะสร้างสรรค์” (creative art) ประเภทหนึ่ง ถ้าจะถือว่าเป็นศิลปะแห่งการเต้นโขน รำละคร เป็น “ศิลปะแบบฉบับ” (Classic) แล้ว เครื่องแต่งตัวโขนละคร ก็เป็นศิลปะแบบฉบับเหมือนกันเพราะได้ประดิษฐ์คิดทำให้ประณีตขึ้นโดยลำดับ จนถึงขั้นวิจิตรศิลป์ (ธนิต อยู่โพธิ์, 2494, น. 26)

ศிரภรณ์ หมายความว่า เครื่องประดับสำหรับใช้สวมใส่ศิระ เช่น ขฎา มงกุฎ ซึ่งเป็นชื่อเรียกเครื่องประดับศิระ ละครตัวพระ ตัวนาง มีวิวัฒนาการมาจากการโพกผ้า ที่ใช้ในการแสดงโขนละคร นอกจากขฎา มงกุฎ แล้วยังมีรัตเกล้ายอด รัตเกล้าเปลว ก็จัดอยู่ในประเภทเครื่องศรภรณ์ เช่นกัน

ในปัจจุบันได้มีการนำศรภรณ์การแสดงโขน ละคร ไปประยุกต์ใช้ประกอบการแสดงมากขึ้น มิได้จำเพาะแต่การแสดงนาฏศิลป์อย่างเดียว เช่น การนำเครื่องศรภรณ์ไทยไปประยุกต์ใช้ในการแสดงรีวิว ประกอบเพลงลูกทุ่งที่เกี่ยวกับการเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ เช่น เพลงพระบารมีปกเกล้า เพลงถวายราชสดุดี เพลงพระเทพทรงบุญ เพลงพระเทพของชาวไทย และเพลงที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมของไทย เช่น เพลงสยามเมืองยิ้ม เพลงอิฐเก่าเล่าตำนาน เพลงรักไทย ในการประกวดรายการชิงช้าสวรรค์ ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้ ที่ผลิตโดยบริษัทเวิร์คพอยท์ ในการแข่งขันแบ่งออกเป็น 3 ฤดู คือ ฤดูหนาว ฤดูร้อน ฤดูฝน ผู้ชนะจะได้ครองถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระรัตนราชสุตาสยามบรมราชกุมารี แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. การแสดงทางเครื่องหมอลำ การแสดงรีวิวประกอบเพลง เนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ การแสดงนาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์และนำไปประยุกต์ใช้ประกอบชุดประจำชาติ ในการประกวดนางงามเวทีต่าง ๆ เป็นต้น

มิสแกรนด์ไทยแลนด์ (Miss Grand Thailand) จัดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2556 จากความคิดริเริ่มของ นายณวัฒน์ อิสรไกรศีล เป็นกิจกรรมการประกวดระดับประเทศ เพื่อค้นหาตัวแทนผู้หญิงไทยที่เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณสมบัติ ทั้งความสวย ความรู้ ความสามารถ ไหวพริบ ปฏิภาณ และเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม โดยผู้ที่ได้รับตำแหน่งจะเป็นตัวแทนประเทศไทย ไปประกวดมิสแกรนด์อินเตอร์เนชันแนล (Miss Grand International) ในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการเปลี่ยนรูปแบบใหม่ให้เหมือนกับการประกวด



นางงามในสหรัฐอเมริกา และเวเนซุเอล่า โดยการให้ทั้ง 77 จังหวัด จัดการประกวดมิสแกรนด์ขึ้น เพื่อหาสาวงามที่จะมาเป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัดโดยใช้ชื่อ “มิสแกรนด์” แล้วตามด้วยจังหวัด เช่น มิสแกรนด์สุโขทัย มิสแกรนด์สงขลา ในการประกวด จัดให้มีการทำกิจกรรมในการเก็บตัวของนางงามในแต่ละจังหวัด โดยให้นางงามมีส่วนร่วมในการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและของดีในจังหวัด นำเสนอผ่านชุดประจำท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด ภายใต้หัวข้อการนำเสนอความเป็นไทย ผู้คิดและออกแบบจึงนำเอาเครื่องประดับ ศิราภรณ์ของนาฏศิลป์ไทย ไปประยุกต์ใช้

นอกจากการนำศิราภรณ์ไปใช้ในงานหลากหลายชิ้น รูปแบบและรูปร่างของศิราภรณ์ ก็ได้มีการพัฒนา ประยุกต์ และสร้างสรรค์เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของศิราภรณ์ สำหรับประกอบการแสดงของโขน ละคร ศิราภรณ์เป็นเครื่องบ่งบอก จำแนกประเภทและฐานันดรศักดิ์ของแต่ละครั้น ๆ ศิราภรณ์ที่ใช้ประกอบชุดบนเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ประดิษฐ์สร้างตามแนวคิดและรูปแบบที่ถูกกำหนดไว้เพื่อเสริมความสมบูรณ์ให้กับชุดนั้น ๆ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวว่าผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ความเป็นมาและการพัฒนาการรูปแบบของศิราภรณ์ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ในด้านที่มาและพัฒนาการ การประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ เพื่อประโยชน์แก่การศึกษาสำหรับผู้สนใจต่อไป อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในการประกอบอาชีพธุรกิจบนรากฐานทางวัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาอันเก่าแก่ของชาติ ที่ผ่านการพัฒนาปรับเปลี่ยนในยุคปัจจุบัน เพื่อให้คงอยู่เป็นมรดกที่คู่คนไทยสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความเป็นมาและการพัฒนาการของศิราภรณ์ไทยที่ใช้ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์
2. ศึกษาการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ศิราภรณ์ : เครื่องประดับศีรษะในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาศิราภรณ์ในชุดที่ได้รับรางวัลชนะเลิศชุดประจำชาติ การประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ประจำปี พ.ศ. 2561-2562 เพื่อศึกษาความเป็นมาและการพัฒนาการของศิราภรณ์ไทยและการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของศิริรากรม์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์และศึกษาการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิริรากรม์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ รวมถึงการศึกษาแนวคิดรูปแบบเครื่องประดับศิริรากรม์ไทยที่ได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนการใช้งาน ไปประยุกต์ใช้ในการประกวดชุดประจำจังหวัดบนเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ตลอดจนการอนุรักษ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าศิลปะของชาติไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาดังนี้

ผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ซึ่งได้จำแนกออกเป็นกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ด้านการประดิษฐ์เครื่องประดับศิริรากรม์ไทย ได้แก่
 - ดร.สุรัตน์ จงดา ผู้เชี่ยวชาญเครื่องแต่งกายโขน ละคร สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กรุงเทพฯ
 - ว่าที่ร้อยตรี ดร.เกตุศิริ นกน้อย ผู้เชี่ยวชาญโขนพระราชทาน ในมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ
2. กลุ่มผู้รู้ด้านการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ได้แก่
 - นายณวัฒน์ อิสระไกรศิลป์ ผู้จัดการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์
 - นายชัยพร เศรษฐธีร ผู้จัดการร้านพรีเมี่ยมเวดดิ้งสตูดิโอ ออแกไนท์เซอร์ จ.ร้อยเอ็ด
3. กลุ่มผู้ประดิษฐ์ศิริรากรม์ ชุดประจำจังหวัดการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ได้แก่
 - นายปณภัช ป้อมสาหร่าย ร้านภูษภัก จ. นครสวรรค์
 - นายปัทมาลัย ชัยบำรุง ร้านปัทมา เครื่องประดับไทย จ.ศรีสะเกษ
 - นายอนุรักษ์ ประดับดี ร้านบ้านเครื่องสามแวงจุลศิลป์ จ.บุรีรัมย์
4. กลุ่มผู้ใช้ศิริรากรม์ไทย ได้แก่ ผู้ใช้งานศิริรากรม์ไทย จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้หลักการเก็บข้อมูลที่มีลักษณะสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัยและสามารถตอบคำถามของการวิจัย ได้ตามที่กำหนดไว้ซึ่งมีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการนี้ได้แก่

1.1 แบบสำรวจ (Survey)

1.2 แบบสังเกต (Observation) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

1.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview) แบ่งออกเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการประดิษฐ์เครื่องประดับ ศิราภรณ์ สังเกตรายละเอียดขั้นตอนการประดิษฐ์ ความงามในรูปแบบและรูปทรง ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องประดับศิราภรณ์ไทยตลอดจนศึกษาเอกสารและแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.1 เอกสารที่เกี่ยวกับเครื่องประดับนาฏศิลป์ไทย

1.2 เอกสารที่เกี่ยวกับศิราภรณ์ไทย

1.3 เอกสารที่เกี่ยวกับมิสแกรนด์ไทยแลนด์

1.4 เอกสารที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์ชุดประจำชาติ

1.5 เอกสารที่เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎี

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Studies) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสำรวจ สังเกต สัมภาษณ์และสนทนากลุ่มอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้ตรวจสอบข้อมูลที่สมบูรณ์ตรงกับข้อเท็จจริงมากขึ้น ดังนี้

2.1 การสำรวจ (Survey)

2.2 การสังเกต (Observation) แบ่งออกเป็น การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation)

2.3 การสัมภาษณ์ (Interview) แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Interview) และสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมาย โดยการนำข้อมูลที่ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งจากเอกสารและจากข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์และ การสนทนา มาวิเคราะห์โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลที่สัมภาษณ์จากกลุ่มประชากร

2. นำข้อมูลที่ได้อาจัดหมวดหมู่

3. สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละกลุ่มจากเครื่องมือ

4. นำข้อมูลที่ได้อาจเรียบเรียงตามความมุ่งหมาย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามความมุ่งหมายของการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของศิริรากรม์ไทยที่ใช้ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิริรากรม์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

ตอนที่ 1 ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของศิริรากรม์ไทยที่ใช้ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

จากการศึกษาพบว่า พัฒนาการของเครื่องแต่งกายนาฏศิลป์และละครไทย มีมาตั้งแต่สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์จนถึงปัจจุบัน โดยการดัดแปลงรูปแบบของเครื่องต้นหรือเครื่องทรงของพระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์คานววงษ์ นำมาเป็นต้นแบบแล้วจึงปรับเปลี่ยนตามวัสดุที่หาได้ในยุคสมัยนั้นๆ ช่วงเวลาแห่งยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์นั้นกล่าวได้ว่า เป็นช่วงแห่งการฟื้นฟูบ้านเมืองและศิลปะวิทยาการ ศาสตร์ศิลป์ในแขนงต่างๆ รวมไปถึง “ศิริรากรม์” ในนาฏศิลป์และการละครของไทยก็เช่นกัน มีการประดิษฐ์สร้างศิริรากรม์เพื่อใช้ในการแสดงละครมากมายหลายอย่าง โดยจะแยกตามรัชสมัยต่างๆ ดังนี้

สมัยรัชกาลที่ 1 การเล่นละครได้รับความนิยม มีการแสดงละครขึ้นมากมาย รวมทั้งเครื่องแต่งกายนั้น ได้มีการประดิษฐ์ขึ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องแต่งกายละครให้ใกล้เคียงกับรูปแบบของเครื่องต้นมากขึ้น จนในที่สุดพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงออกพระราชกำหนดในเรื่องการสร้างเครื่องแต่งกาย ไม่ให้เลียนแบบเครื่องต้นมากเกินไป มีศิริรากรม์ปรากฏขึ้นในสมัยนี้ ได้แก่ ขฎมางกุฎ กระบังหน้า เขี้ยววัดมวยและศิโรเพชญ์

สมัยรัชกาลที่ 2 เครื่องแต่งกายของนาฏศิลป์และการละครไทย รูปแบบยังคงไม่มีเปลี่ยนแปลงหรือดัดแปลงมากนัก แต่มีการใช้วัสดุในการสร้างเครื่องแต่งกายให้มีความประณีตมากขึ้นและในรัชกาลที่ 2 นี้ พบว่าได้มีการประดิษฐ์เครื่องศิริรากรม์ที่เรียกว่า “ปันจุเหรีจ” เพื่อใช้แทนการโพกศีรษะด้วยผ้า ซึ่งใช้ประกอบแสดงละครในเรื่อง “อิเหนา” เป็นครั้งแรก ศิริรากรม์ที่ปรากฏขึ้นในสมัยนี้อีกหนึ่งนั่นคือ “ชฎายอดบวช” เป็นชฎาที่ใช้ได้ทั้งตัวพระและตัวนางที่แต่งชุดบวชหรือชุดขาว

สมัยรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีทรงโปรดการแสดงนาฏศิลป์และการละคร ได้ทรงรับสั่งยกเลิก “ละครหลวง” ทำให้เจ้านายและขุนนางผู้มีบรรดาศักดิ์ ที่ไม่เห็นด้วย ได้สร้างคณะละครเป็นของตัวเอง อีกทั้งยังพากันละเมิดข้อห้ามบางอย่างในพระราชกำหนด ว่าด้วยเรื่องเครื่องแต่งกายละคร ตั้งแต่ครั้งสมัยรัชกาลที่ 1 กำหนดไว้ มากขึ้นจึงไม่ปรากฏว่ามีการสร้างเครื่องแต่งกายและศิริรากรม์ขึ้นในสมัยนี้

สมัยรัชกาลที่ 4 “ละครหลวง” ได้กลับมาอีกครั้ง แต่ได้มีการห้ามไม่ให้คณะละครของเจ้านายและขุนนางผู้มีบรรดาศักดิ์ ทำเครื่องศิริรากรม์แบบลงยาราชาวดี เพราะการทำเครื่องศิริรากรม์ ลงยา



ราชาวดีนั้น ต้องทำกับเครื่องทองจริงๆ และมีใช้สำหรับพระมหากษัตริย์เท่านั้น และยังมีประกาศยกเลิกให้ใช้ “รัตเกล้ายอด” อันเนื่องมาจาก รัตเกล้ายอดนั้นไปตรงกับ “พระราชสัญลักษณ์” ที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานให้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

สมัยรัชกาลที่ 5 ปรากฏมีโรงละครผู้มีบรรดาศักดิ์ ที่มีชื่อเสียงอยู่ด้วยกันหลายโรง เช่น คณะของเจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรง และคณะละครของกรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ ในสมัยนี้ได้เกิดโรงละครขึ้นครั้งแรก คือ โรงละคร “ปรีณิเยเตอร์” เจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรง และมีการเรียกเก็บเงินคนดูด้วย ในด้านเครื่องแต่งกายมีปรากฏการสร้างศิราภรณ์ ที่ทำด้วยเงินทั้งอันประดับด้วยเพชรกันตัด เช่น ปิ่นจุห์เรัจเงิน และกระบังหน้าเงิน และยังปรากฏลักษณะเครื่องศิราภรณ์แบบลูกผสม คือ มีตัวเรือนที่ทำด้วยเครื่องซี้ล็ก แต่ส่วนประกอบต่างๆ เช่น กระบังหน้า กรรเจียกจอน ดอกไม้ทัด ดอกไม้ร้าน ดอกไม้ไหว ดอกไม้เพชร และท้ายช้อง ทำด้วยเครื่องเงิน

สมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงได้ประดิษฐ์เครื่องแต่งตัวสำหรับละคร เพื่อให้เหมาะสมกับบทที่ทรงพระราชนิพนธ์หรือทรงปรับปรุงขึ้นมาใหม่นั้นเอง ทรงให้เรียกเครื่องแต่งตัว “แบบพระราชประดิษฐ์” ทรงออกแบบเครื่องศิราภรณ์ขึ้นใหม่แทนชฎายอดบวชให้มีลักษณะเป็นผ้าโพกศีรษะแบบญี่ปุ่นจีบสำเร็จรูป เรียกว่า “ชฎาบายศรี” หรือ “ชฎาดอกกล้าโพง” ส่วน “ละครแบบใหม่” ทรงประดิษฐ์ศิราภรณ์สำหรับสวมใส่ให้ตัวพระที่เรียกว่า “เทริดยอด” ซึ่งมีลักษณะคล้ายเทริดชาติแต่ยอดเตี้ยกว่า ลักษณะส่วนยอดเป็นรูปมวยผมประดับอัญมณีมีกรอบหน้าและจอนหู

สมัยรัชกาลที่ 7 และสมัยรัชกาลที่ 8 ยังคงยึดรูปแบบเดิม โดยทั่วไปไม่ปรากฏการเปลี่ยนแปลงใดๆ

สมัยรัชกาลที่ 9 ในปี พ.ศ 2550 ได้เกิดโฉมพระราชทานตามพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง โดยมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพที่พระองค์ท่านมีพระราชประสงค์ที่จะทรงอนุรักษ์การแสดงโขน ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงชั้นสูงทรง มีพระกรุณาโปรดเกล้าให้จัดสร้างเครื่องแต่งกายโขนขึ้นใหม่รวมถึงศิราภรณ์ โดยให้ยึดถือรูปแบบโบราณ เช่น ชฎา มงกุฎ รัตเกล้าเปลว รัตเกล้ายอด แต่มีความคงทนและสวยงามยิ่งขึ้น

ในการประกวดในรอบชุดประจำจังหวัดเพื่อสรรหาชุดที่ชนะเลิศเพื่อใช้เป็นชุดประจำชาติ ทีมงานผู้ออกแบบจะต้องศึกษาหาความรู้เพื่อนำแนวคิดมาสร้างสรรค์เป็นชุดจากจินตนาการ ผสมผสานกับเอกลักษณ์ของจังหวัด ความเป็นไทยด้านต่างๆ ด้วยกรอบแนวคิดของความเป็นไทย ผู้ออกแบบจึงนำศิราภรณ์แบบดั้งเดิมมาเป็นต้นแบบ ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ดูแปลกโดดเด่นเพื่อความน่าสนใจ เป็นการผสมผสานโดยการสร้างสรรค์จากจินตนาการแล้ววาดแสดงรายละเอียดออกมา เพื่อส่งต่อไปสู่กระบวนการประดิษฐ์สร้าง ซึ่งช่างผู้ประดิษฐ์ศิราภรณ์ประกอบในชุดประจำชาติ ใช้กรรมวิธีแบบดั้งเดิม ปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางอย่าง นำมาประยุกต์สร้างสรรค์จนเกิดเป็นศิราภรณ์ไทยที่ไปประกอบในชุดประจำชาติ

ตอนที่ 2 ศึกษาการประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้ศิราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์
ศิราภรณ์ในชุดประจำชาติในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ เกิดจากการประดิษฐ์สร้าง

เพื่อใช้ประกอบทำให้ชุดมีความสมบูรณ์ ตามที่ได้กำหนดไว้จากแรงบันดาลใจและรูปแบบของชุด เพื่อสะท้อนเอกลักษณ์จังหวัดนั้นๆ ภายใต้เอกลักษณ์ของความเป็นไทย ผู้สร้างสรรค์ออกแบบ จึงเลือกที่จะนำชุดเครื่องแต่งกายการแสดงนาฏศิลป์โขนละครมาเป็นต้นแบบในการประยุกต์ สร้างสรรค์ ด้วยความงามในแบบเชิงช่างทางศิลปะของไทย และยังแสดงถึงความเป็นไทยตามกรอบแนวคิดที่ก่อกำหนดไว้ ศิลraftกรรมไทยจึงถูกเปลี่ยนบทบาทหน้าที่จากการใช้งานในนาฏกรรมไปสู่การใช้งานที่หลากหลายขึ้น การประดิษฐ์สร้างศิลปกรรมประกอบชุดประจำชาติจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม พบว่าการประดิษฐ์สร้างประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดสัดส่วน ในที่นี้หมายถึง การวัดอัตราส่วนของผู้ที่สวมใส่ชุด โดยวัดวงรอบศรีษะ และจุดศูนย์กลางของศรีษะ นำมาคำนวณ ความกว้างของฐาน ความสูง และสัดส่วนต่างๆ ของศิลปกรรม เพื่อให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดไว้ และเพื่อให้เกิดความพอดีระหว่างศิลปกรรมที่ประดิษฐ์กับผู้ที่สวมใส่



ภาพที่ 1 การกำหนดสัดส่วนของศิลปกรรมที่จะประดิษฐ์

2. ทดลองขึ้นโครง เป็นขั้นตอนที่ทำขึ้นเพื่อทดสอบ ให้ผู้ที่สวมใส่ได้ทดลองเคลื่อนไหวร่างกาย ทำท่าทางประกอบการนำเสนอจำลองสถานการณ์บนเวทีประกวด เพื่อจะให้เห็นปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วจึงนำไปปรับปรุง แก้ไข ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปทรง โครงวัสดุที่ใช้ ให้ดีที่สุด เพราะสิ่งเหล่านี้จะมีผลกับตัวผู้ที่สวมใส่ในการนำเสนอบนเวทีในการประกวดจริง ถ้าศิลปกรรมสวมใส่ได้พอดี ผู้สวมใส่มีความมั่นใจ การนำเสนอบนเวทีประกอบก็จะสมบูรณ์ตามไปด้วย



ภาพที่ 2 การทดลองขึ้นโครงศิริภรณ์

3. ประดิษฐ์ศิริภรณ์ ในการประดิษฐ์สร้างใช้ขั้นตอนแบบโบราณที่ถ่ายทอดกันมา เมื่อขึ้นโครงด้วยหนังปะเกนเย็บเข้าลวดแล้ว นำมาติดลายที่ได้จากการกดดินกดลงแม่พิมพ์ มาติดผสมตามลักษณะลายไทยที่ขึ้นโครงไว้ นำไปทาสีรองพื้น ทาสีเฟลกเพื่อทำการปิดทองคำเปลว แล้วจึงนำมาประดับแวเป็นขั้นตอนสุดท้าย ในการประดิษฐ์สร้างศิริภรณ์นี้ มีการปรับเปลี่ยนวัสดุ เพื่อลดระยะเวลาการสร้างให้น้อยลง มีน้ำหนักเบา สะดวกสบายต่อการสวมใส่ วัสดุทดแทน เช่น เทปเส้น หลุมพลาสติก หลุมตาไก่



ภาพที่ 3 วัสดุทดแทนที่ใช้ประกอบการประดิษฐ์ศิริภรณ์

วิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้แหล่งความรู้และข้อมูลต่างๆ สืบค้นได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นกว่าในอดีต ความรู้เรื่องงานช่างการประดิษฐ์ศิริภรณ์ไทยก็เช่นกัน สามารถค้นคว้าได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ มากมาย เช่น การสืบค้นในระบบกูเกิล เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ และยูทูป จากแหล่งข้อมูลเหล่านี้เกิดการขยายวงกว้างทั้งการประดิษฐ์ศิริภรณ์ไทย และแหล่งข้อมูลในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ มีช่องทางที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ในการประดิษฐ์สร้างศิริภรณ์ไทย การเลือกใช้วิธีประดิษฐ์สร้าง การเลือกใช้วัสดุทดแทน ศิริภรณ์ไทยที่ปรากฏในปัจจุบันจึงมีทั้งแบบดั้งเดิมและแบบที่ใช้วัสดุทดแทนเข้าผสม

สรุปผลการวิจัย

1. ความเป็นมาและพัฒนาการของคีราภรณ์ที่ใช้ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ “คีราภรณ์” หมายความว่าถึงเครื่องประดับสำหรับใช้สวมใส่คีระชะ เพื่อใช้ทำการแสดงโขน ละคร เลียนแบบมาจากเครื่องทรงของพระมหากษัตริย์ อีกทั้งได้มีการคิดประดิษฐ์สร้างคีราภรณ์ใหม่ เพื่อใช้ในการแสดงโขน ละคร ในช่วงกรุงรัตนโกสินทร์แบ่งตามยุคสมัยได้ ดังนี้

รัชกาลที่ 1	ปี พ.ศ. 2325 - 2352	ชฎาเดินหน, มงกุฎ, กระบังหน้า, เกี้ยวรัตมวয়, ศิโรเพชญ์
รัชกาลที่ 2	ปี พ.ศ. 2352 - 2367	ปิ่นจุเหรีจ, ชฎายอดบวช
รัชกาลที่ 3	ปี พ.ศ. 2367 - 2394	ไม่ปรากฏการสร้าง
รัชกาลที่ 4	ปี พ.ศ. 2394 - 2411	ยกเลิกการใช้รัตเกล้ายอด
รัชกาลที่ 5	ปี พ.ศ. 2411 - 2453	ปิ่นจุเหรีจเงิน, กระบังหน้าเงิน
รัชกาลที่ 6	ปี พ.ศ. 2453 - 2468	ชฎาบายศรีหรือชฎาดอกลำโพง, เทริดยอด
รัชกาลที่ 7	ปี พ.ศ. 2468 - 2475	ยังคงแบบเดิม
รัชกาลที่ 8	ปี พ.ศ. 2475 - 2489	ยังคงแบบเดิม
รัชกาลที่ 9	ปี พ.ศ. 2484 - 2559	ชฎา, มงกุฎ, รัตเกล้าเปลว, รัตเกล้ายอด, กระบังหน้า (แบบโขนพระราชทาน)

คีราภรณ์ไทยสำหรับใช้เพื่อการแสดง มีการประดิษฐ์สร้าง และพัฒนามาอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการแสดงโขน ละครไทย มีวิธีการประดิษฐ์สร้างด้วยขั้นตอนที่ประณีต รวมเอาศิลปะหลายแขนงเข้าด้วยกัน เป็นภูมิปัญญาของบรมครูช่างสมัยก่อนถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นศิลปะประจำชาติ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ที่อยู่คู่กับการแสดงโขน ละคร สมควรแก่การอนุรักษ์สืบสานให้ดำรงอยู่คู่คนไทย

พัฒนาการของคีราภรณ์ไทยที่ใช้ประกอบชุดประจำชาติในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ เริ่มต้นจากการประกวดในรอบชุดประจำจังหวัดภายใต้กรอบแนวคิดของความเป็นไทย จึงนำคีราภรณ์ในการแสดงมาเป็นต้นแบบในการสร้างสรรค์ ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความเหมาะสมตรงตามที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น ชุดที่มีความสวยงามโดดเด่นจะได้รับคัดเลือกเพื่อเป็นชุดประจำชาติและเป็นตัวแทนไปประกวดในเวทีระดับสากล

2. การประกอบสร้างเพื่อประยุกต์ใช้คีราภรณ์ไทยในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์

ในการศึกษาการประกอบสร้างของคีราภรณ์ที่ใช้ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สามารถแบ่งองค์ประกอบของการประกอบสร้างรายละเอียด ดังนี้

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

แนวคิดในการออกแบบ ใช้แนวคิดการออกแบบตัดแปลงใหม่ โดยนำแรงบันดาลใจจาก คำขวัญประจำจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยว ทัศนกรรมและของดีขึ้นชื่อต่างๆ มาออกแบบศิราภรณ์ในการ ประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ศิราภรณ์ที่มีมาแต่เดิมเป็นต้นแบบ มาประยุกต์สร้างสรรค์ให้ตรงตามข้อกำหนดที่กองประกวดกำหนดไว้ เพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัดภายใต้ความงามแบบไทย แนวคิดนี้จะถูกถ่ายทอดให้เป็นรูปธรรมลงในแผ่นกระดาษ เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนสู่ขั้นตอนการประดิษฐ์สร้างต่อไป



ภาพที่ 4 ตัวอย่างแนวคิดและการออกแบบชุดประจำจังหวัด

รูปทรง ในการประดิษฐ์สร้างศิราภรณ์ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ใช้รูปแบบการประยุกต์ โดยมีศิราภรณ์แบบโบราณที่สืบทอดกันมาเป็นโครง มีการปรับเปลี่ยน ลวด ท่อน เพิ่มของขนาดตามความเหมาะสมเพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบที่ถูกกำหนดไว้ โดยการคำนวณสัดส่วนจากผู้ที่ทำการสวมใส่เป็นสำคัญ



ภาพที่ 5 ตัวอย่างศิราภรณ์ประยุกต์ประกอบชุดประจำชาติ

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ขั้นตอน ในการประดิษฐ์สร้างใช้ขั้นตอนประยุกต์ผสมแบบโบราณ ขึ้นโครงด้วยหนังปะเกนแทนหนังสัตว์ที่สะดวกต่อการจัดหา เย็บลวดตรึงกับโครงเพื่อกำกับทรง ตัดลวดลายที่ได้จากดินกดลงแม่พิมพ์ ใช้วัสดุทดแทนเช่น เทปเส้น หลุมพลาสติก หลุมตาไก่ มาติดผสมตามลักษณะลายไทยตามที่ขึ้นโครงไว้ เพื่อลดของน้ำหนักน้ำหนัก และเพื่อความยืดหยุ่น ไม่แตกร้าว ด้วยการใช้ดินไทยวิทยาศาสตร์ นำไปทาสีรองพื้นด้วยสีน้ำมัน ทาสีเฟล็ก ทำการปิดทองคำเปลว แล้วจึงนำมาประดับแววเป็นขั้นตอนสุดท้าย ในการประดิษฐ์สร้างศรัทธาภรณ์นี้ มีการปรับเปลี่ยนวัสดุ เพื่อลดระยะเวลาการประดิษฐ์ให้น้อยลง มีน้ำหนักเบา



ภาพที่ 6 ชุดเอกกัลยาณีศรีมหาโพธิ์ ชนะเลิศชุดประจำชาติ พ.ศ. 2561

ในการประดิษฐ์สร้างศรัทธาภรณ์ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ใช้แนวคิดในการดัดแปลงใหม่ประยุกต์ออกแบบให้ตรงตามรายละเอียดที่กำหนดไว้แล้ว โดยมีแม่แบบเป็นงานศรัทธาภรณ์แบบดั้งเดิม การประดิษฐ์สร้างก็เช่นกันใช้แนวคิดรูปแบบในการประยุกต์จากงานแบบดั้งเดิม มาผสมผสานกับเทคนิคตามยุคสมัย การใช้วัสดุทดแทนเพื่อลดปริมาณของชิ้นงานให้น้ำหนักที่เบา และยังคงระยะเวลาขั้นตอนในการประดิษฐ์สร้างให้เร็วขึ้น นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในการประดิษฐ์สร้างศรัทธาภรณ์ประกอบชุดประชาตินั้น คือการเปลี่ยนแปลงในการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ทำได้ตามยุคสมัย แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าในเชิงช่างทางศิลปะไทยที่อนุรักษ์สั่งสมกันมาแต่โบราณ แต่เมื่อเปรียบเทียบการใช้งานศรัทธาภรณ์ในแบบดั้งเดิมจะมีความคงทนมากกว่า เป็นผลเนื่องมาจากขั้นตอนในการประดิษฐ์ที่มีความพิถีพิถันและการใช้วัสดุจากธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการออกแบบศิราภรณ์ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ โดยมีงานแบบดั้งเดิมเป็นต้นแบบ สอดคล้องกับ (นวนน้อย บุญวงษ์, 2539) ได้กล่าวไว้ว่าการดัดแปลงใหม่ เป็นผลงานที่มีอยู่ทั่วไป ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบขนาดหรือคุณสมบัติบางประการ ให้มีความแตกต่างไปจากสิ่งของที่มีอยู่เดิมในตลาด ปัจจุบันมีสินค้าใหม่ประเภทนี้อยู่มากมาย อันเป็นผลจากการแข่งขันทางการค้า

ภายใต้เอกลักษณ์ไทยของชุดประจำจังหวัด จะสื่อออกมาด้วยสีทอง ให้ความหมาย ความเจริญ รุ่งเรือง ความเจริญ สอดคล้องกับ (ตัญญี เรียบสกุล, 2558) ได้กล่าวว่าการใช้เครื่องประดับสีทอง เป็นรูปแบบมาตรฐาน ที่เรามักพบกันบ่อยในการแต่งกายของไทย เนื่องจากการได้รับแรงบันดาลใจ จากการแต่งกายของเจ้านายชั้นสูง ในยุคสมัยต่าง ๆ และการสวมใส่เครื่องประดับทองของตัวละคร ในการแสดงซึ่งนิยมสวมใส่ทั้งตัว เพราะสีของเครื่องประดับที่สวมใส่นั้น สามารถบ่งบอกได้ถึงความรุ่งเรือง ความมั่งคั่งของผู้สวมใส่

ศิราภรณ์เครื่องประดับในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ นอกจากการคำนึงถึงความเหมือนกับแบบที่กำหนดไว้แล้ว ต้องให้พอดีกับผู้ประกวดที่จะสวมใส่ จึงต้องมีการวัดสัดส่วนของผู้สวมใส่แล้วนำไปคำนวณประกอบการประดิษฐ์ เพื่อให้ชุดประจำชาติออกมาสมบูรณ์ และต้องคำนึงถึงความสวยงาม สอดคล้องกับ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2546) อธิบายว่า สุนทรียคือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความประณีตงดงามของจิตใจ ความประณีตงดงามของการใช้ชีวิตส่วนตัวและชีวิตส่วนรวม ศิลปกรรมที่หมายรวมถึงทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดงสถาปัตยกรรม วรรณกรรม และสุนทรียภาพ คือ ความรู้สึกในความงาม ภาพที่งดงามในความคิดหรือภาพของความงามในสมอง ศักยภาพของการรับรู้ความงามที่สามารถสัมผัสหรือรับความงามได้ต่างกัน ความงามที่อาจเกิดจากภาพ จากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษรหรือประสาทสัมผัสการศึกษาและสร้างสรรค์ศิลปะย่อมเกี่ยวข้องกับความจริง ความดีและความงามเกี่ยวข้องกับสุนทรีย ซึ่งเป็นเรื่องของความงาม ความไพเราะ ความสุขุม คัมภีรภาพ ความสงบ สันติ เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตและรสนิยม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ศิราภรณ์ไทย เครื่องประดับชุดโซน ละคร เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติอันเก่าแก่ ที่อยู่คู่กับการแสดงโซน ละครของไทย ถูกสร้างสรรค์โดยบรมครูช่างเมื่อครั้งอดีต ด้วยความประณีต งดงาม สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น สมควรแก่การศึกษาและอนุรักษ์ไว้ให้อยู่คู่คนไทย ชั่วลูกชั่วหลาน
2. เอกสารข้อมูล หนังสือ ระบบสืบค้นต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูลเรื่องศิราภรณ์ไทย โดยมากไม่ได้ถูกจำแนกเป็นไว้ชัดเจน หากต้องการสืบค้น จะพบอยู่ในเรื่องเครื่องแต่งกายเป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกจากการประกวดชุดประจำชาติในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ยังมีเวทีการประกวดของชุดประจำชาติอีกหลายเวที เช่น การประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ จะเห็นถึงการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมของการใช้สิริภรณ์ที่หลากหลาย สมควรแก่การศึกษาและวิจัย เพื่อให้เห็นถึงรูปแบบและพัฒนาการของการใช้สิริภรณ์ไทย

2. ในองค์ประกอบของเครื่องแต่งกายโขน ละคร มีพัฒนาการและรูปแบบที่หลากหลาย เป็นงานวิจิตรศิลป์ที่มีคุณค่าในเชิงของงานช่าง ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจหลายอย่างนอกจาก สิริภรณ์ เช่น พัสดราภรณ์ ถนิมพิมพาภรณ์ จึงสมควรที่จะศึกษาและวิจัยบันทึกข้อมูลไว้ เพื่อให้เห็นถึงมรดกภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าสมควรแก่การรักษา

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรชัย เคียรประเสริฐ. (2560). *การพัฒนารายวิชาเครื่องแต่งกายละครไทย สำหรับนักศึกษานาฏศิลป์ระดับปริญญาบัณฑิต*. สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรีและนาฏศิลป์ศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- दनัย เรียบสกุล. (2558). *การออกแบบของที่ระลึก เรื่องชุดประจำชาตินางงามไทย*. สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธนิต อยู่โพธิ์. (2494). “เครื่องแต่งตัวโขนละคร”. *วารสารศิลปากร*. 4(5) : 54-60.
- นवलน้อย บุญวงษ์. (2539). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เต็มสิริ บุญยสิงห์. (2514). *วิชานาฏศิลป์(การละคร)เพื่อการศึกษา*. วิชาชุดครูประกาศนียบัตรครุมัธยมของครูสภา, กรุงเทพฯ : พระนคร.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2539). *ศิลปะการออกแบบ*. โครงการจัดพิมพ์หนังสือประกอบการสอนคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. กรุงเทพฯ.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2543). *นาฏศิลป์ปริทรรศน์*, กรุงเทพฯ : ภาพสุวรรณ.
- สุรัตน์ จงดา. (2556). *ศิลปกรรมพัสดราภรณ์โขนละคร*. สาขาการวิจัยทางศิลปกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

การสร้างสรรคานาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด : ชุดอีสานลายมังกร

ธนานันต์ ศรีประภาพงศ์¹ / ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ²

¹นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
²รองศาสตราจารย์ ดร., ที่ปรึกษา สาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อีเมล : pokpak685@gmail.com

รับต้นฉบับ 20 กุมภาพันธ์ 2564; ปรับแก้ไข 12 เมษายน 2564; รับตีพิมพ์ 21 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

การสร้างสรรคานาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย เป็นแผนพัฒนาของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ดที่สืบเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 การแสดง อีสานลายมังกร เป็นการสร้างสรรค์แสดงชุดหนึ่งที่มีการผสมผสานการแสดงสองวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีนในภาคอีสาน ในด้านรูปแบบ ลีลาการฟ้อน ดนตรี การแต่งกาย และอุปกรณ์ที่ใช้ในการแสดงได้อย่างมีหลักการ การวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ดและวิเคราะห์แนวความคิดกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกร ของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีศึกษาจากเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสาน จำนวน 4 คน ผู้ปฏิบัติ จำนวน 4 คน บุคคลทั่วไป จำนวน 33 คน รวม 41 คน และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด ตั้งแต่ปี 2552-2561 เป็นการสร้างสรรค์การแสดงที่อยู่ภายใต้บริบทสังคมอีสาน มีพัฒนาการสร้างสรรค์จากรูปแบบการแสดงพื้นบ้านอีสานแนวอนุรักษ์ขนานนาฏศิลป์พื้นบ้าน ให้มีรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อให้ความสอดคล้องกับแนวความคิด ปรับเปลี่ยนพัฒนาเทคนิคการแสดงใหม่ๆ และนำเอานาฏศิลป์สกุลอื่น ๆ เข้ามาประกอบการแสดง จะเห็นการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยมี 3 ชุดการแสดง ได้แก่ ชุดกลองเตะ ชุดนาคราภิรมย์ และชุดอีสานลายมังกร และแนวความคิดกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกรพบว่าแนวคิดเป็นกระบวนการควบคุมการสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามกรอบที่วางไว้ทั้งการกำหนดรูปแบบของการแสดง เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของคนไทยเชื้อสายจีนที่เริ่มต้นการเดินทางจากแผ่นดินแม่จนมาใช้ชีวิตลงหลักปักฐานในภาคอีสาน ก่อให้เกิดความร่ำรวยและมั่นคงมีชีวิตที่สุขสบาย ชุดอีสานลายมังกร มีรูปแบบกระบวนการด้วยเทคนิคการแสดงเป็นเรื่องราว



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ผสมระบำ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วงการแสดง ได้แก่ ช่วงที่แดนมังกร ช่วงแรมรอนกลางทะเล ช่วงชีวิตใหม่ในสยาม ช่วงสร้างเนื้อสร้างตัว ช่วงมังกรแดนอีสาน ที่มีการผสมผสานลีลาท่าทางนาฏศิลป์สองสกุล มีรูปแบบการแปรแถวที่หลากหลาย มีการใช้อุปกรณ์แทนสัญลักษณ์ ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์ ชุดการแสดงสามารถนำมาเป็นหลักการและเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์นาฏศิลป์ร่วมสมัยได้อย่างมีหลักการ

คำสำคัญ

การสร้างสรรค์ นาฏศิลป์พื้นบ้าน อีสานร่วมสมัย

The Creation of Contemporary Isan Folk Dance of Roi Et College of Dramatic Arts: Isan Lai Mangkon Show

Thananan Sripraphapong¹ / Pattamawadee Chansuwan²

¹Graduate student , Master of Performing Arts Program in Fine – Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

²Associate professor Dr., Principal Advisor, Performing Arts major, Faculty of Fine – Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

E-mail : pokpak685@gmail.com

Received 12 February 2021; Accepted 12 April 2021; Published 21 June 2021

Abstract

The Creation of Contemporary Isan Folk Dance is a development plan of Roi Et College of Dramatic Arts that has been continued since 2009. Isan Lai Mangkon Show is the creation of a performance which combines the two cultural performances of Thai-Chinese people in the Northeast Region in terms of performing styles, dancing styles, music, costumes, and props principally. This research aimed to study the development of contemporary Isan folk dance creation of Roi Et College of Dramatic Arts and to analyze the concept of the invention process of contemporary Isan folk dance entitled Isan Lai Mangkon Show of Roi Et College of Dramatic Arts. It was a qualitative research using document and field data collection based on statements of specific samples consisted of 4 key informants, 4 casual informants, and 33 general informants. Research instruments were a survey form, an observation form, a structured interview form, and an unstructured interview form. Research results were presented by means of a descriptive analysis.

The research results revealed that the development of the Creation of Contemporary Isan Folk Dance of Roi Et College of Dramatic Arts had been continued from 2009 to 2018. It is the creation of performances under the context of Isan society which has been developed from the traditional Isan folk dances into the modern Isan folk dances in order to be consistent with the performing concept. New performing techniques



have been adapted to each performance as well as other genres of dances. It is evident that there are 3 shows of contemporary Isan folk dances, namely Klong Tae Show, Naka Phirom Show, and Isan Lai Mangkon Show, As for the concept of the invention process of contemporary Isan folk dance entitled Isan Lai Mangkon, it revealed that this is a controlling process of the creation according to the framework by setting a performing format in order to tell the story of Thai people of Chinese descent who started their journey from the mother land until settling in the Isan region and experiencing riches, wealth, and a comfortable life. The Isan Lai Mangkon Show has its performing format in the form of storytelling mixed with the dance by dividing the performing time into 5 stages, namely The Time in Dragon Land, The Time During the Sea Voyage, The Time of a New Life in Siam, The Time of Family Building, and The Time of the Isan Dragon. The show reflects the combination of dancing styles of the two genres, a variety of row variations, and the use of props for representing some symbols. The process of creating this performance can be principally used as principles and guidelines for the creation of contemporary dances.

Keywords:

creation, folk dance, contemporary Isan

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ศิลปะการแสดงด้านนาฏศิลป์ของไทยมีพัฒนามายาวนาน ตั้งแต่สมัยสุโขทัย สะท้อนภาพประวัติศาสตร์ความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทยในอดีต ได้รับการอุปถัมภ์อยู่ภายใต้พระบารมีพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แล้วเข้าสู่ระบอบราชการในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 (พรทิพย์ วงศ์ไพบูลย์, 2553, น. 167) ต่อมากรมศิลปากรมีการจัดตั้งโรงเรียนนาฏดุริยางค์ ซึ่งต่อมาเปลี่ยนเป็นโรงเรียนศิลปากรแผนกนาฏดุริยางค์โรงเรียนสังคีตศิลป์ โรงเรียนนาฏศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ปัจจุบันรูปแบบการแสดงนาฏศิลป์ร่วมสมัย ได้แพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง สืบเนื่องจากสภาพของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้นาฏศิลป์ร่วมสมัยเป็นทางเลือกที่จะสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้อีกทางหนึ่งในการสร้างสรรค์การจัดการแสดง นาฏศิลป์ร่วมสมัยในวิทยาลัยนาฏศิลป์ในปัจจุบัน สนองต่อนโยบายการจัดการศึกษาของชาติซึ่งมีสถาบันการศึกษาที่มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม (สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, 2550, น. 4)

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ในปี พ.ศ. 2561 วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ดได้สร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยที่สืบเนื่องจากแรงบันดาลใจ จากนายวิระ วุฒิจำนง ต้นตระกูลของคนไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่อพยพเข้ามาสู่ชีวิตในแผ่นดินอีสานของประเทศไทย เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางวัฒนธรรมของคนเชื้อสายจีนในจังหวัดร้อยเอ็ด คือชุดการแสดงอีสานลายมังกร เป็นการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นอยู่ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางจากแผ่นดินแม่มาจนถึงแดนสยามของชาวจีน ใช้ชีวิตหลงหลักปักฐานในถิ่นอีสาน จังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบอาชีพการค้าขาย และใช้แรงงาน จนมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นเกิดความเจริญรุ่งเรืองในชีวิตที่นำไปสู่ความสุข มั่งคั่งร่ำรวย การแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ชุด อีสานลายมังกร เป็นการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ในรูปแบบของการแสดงการเล่า เรื่องราวผ่านกระบวนการเต้น การใช้ท่าทางลีลา ดนตรีที่ใช้ในการแสดง การแต่งกาย รวมถึงอุปกรณ์ในการแสดงที่สื่อให้เห็นถึงสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเป็นพื้นบ้านอีสานผสมผสานวัฒนธรรมจีน

จากความสำคัญดังกล่าว ที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษา กระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ชุดอีสานลายมังกร ของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด จะทำให้เกิดองค์ความรู้ในการบูรณาการความเป็นพื้นบ้านกับความร่วมมือในบริบทของวัฒนธรรมนิยม อย่างมีหลักการ มีสุทธิภาพและการประกอบสร้างยังสามารถเป็นต้นแบบในการสร้างสรรค์การแสดงในมิติใหม่ ที่ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาต่อยอดทางศิลปะการแสดงท้องถิ่นให้ทันสมัยทัดเทียมมาตรฐานสากลได้อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพัฒนาการการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด
2. วิเคราะห์แนวคิดและกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกร

ขอบเขต

ศึกษาพัฒนาการการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด และวิเคราะห์แนวคิดกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ชุดอีสานลายมังกร ของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การประดิษฐ์ สร้างสรรค์นาฏศิลป์ ร่วมสมัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง โดยแบ่งเป็น 1) ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 4 คน และ 3) กลุ่มทั่วไป 33 คน ยอดรวมทั้งสิ้น 41 คน
2. เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือ โดยใช้แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการจดบันทึก การสำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
3. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาโดยนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเสียง บันทึกภาพ และการจดบันทึกมาถอดเนื้อหาคัดแยกข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล แล้ว นำข้อมูลการศึกษา มาสรุปและทำการวิเคราะห์พรรณนา

ผลการการศึกษา

จากการศึกษา การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด พบว่า ด้านพัฒนาการการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ดและเพื่อวิเคราะห์แนวคิดและกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกร มีรายละเอียด ดังนี้

1. พัฒนาการการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด พบว่า พัฒนาการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงเป็นการเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เป็นการเพิ่มมูลค่าการจัดการแสดงให้สูงขึ้น โดยผ่านกระบวนการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินแห่งชาติสาขานาฏศิลป์ไทย ผลงานการแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด ทั้ง 3 ชุดการแสดงได้แก่ ชุดกลองตะเตาะ ชุดนาคาภิรมย์ ชุดอีสานลายมังกรเป็นชุดสร้างสรรค์ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยมีพัฒนาการการสร้างสรรค์จากรูปแบบการแสดงพื้นบ้านอีสานแนวอนุรักษ์นาฏศิลป์พื้นบ้าน พัฒนาในรูปแบบที่ทันสมัย

โดยรูปแบบการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยยังมีแนวคิดให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและความเป็นอยู่ของชุมชนชาวอีสานจึงทำให้การออกแบบสร้างสรรค์การแสดงให้มีความเป็นพื้นบ้านอีสานผสมผสานกับความเป็นสากลเข้ามาให้มีความร่วมสมัยขึ้นทั้งในด้านรูปแบบ ลีลาการฟ้อนรำที่มีการนำการเดินรำแบบสากลเข้ามาผสมกับการฟ้อนรำของการฟ้อนอีสาน รวมไปถึงทำนองดนตรีที่ใช้ในการบรรเลง การแต่งกายได้อย่างมีหลักการสมบูรณ์ แต่ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ได้ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้สร้างสรรค์พัฒนาและเผยแพร่การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยเกิดขึ้นทำให้เป็นที่รู้จักในปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2562 โดยรูปแบบการแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย มีจำนวน 3 ชุดการแสดงที่สร้างสรรค์ตามปี พ.ศ. ได้แก่

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

1) การแสดงชุดกลองเตะ สร้างสรรค์ขึ้นในปี พ.ศ. 2552 เป็นชุดการแสดงการพัฒนาการเล่นลายกลองกึ่งติดกับจังหวะฟ้อนรำ พัฒนาการเล่นลายกลอง พัฒนาโดยการเปลี่ยนจังหวะพื้นฐาน เป็นจังหวะแบบอื่น ๆ และออกแบบท่าทางของผู้แสดงชายและหญิงที่มีกลองกึ่งขนาดเล็ก ให้มีลีลาท่าที่แปลก มีความสนุกสนาน มีการใช้ท่าเต้นกระโดดแบบสากล ให้สอดคล้องกับ บทเพลงที่บรรเลงทำนองดนตรีกับท่าทางของผู้ตีกลอง



ภาพที่ 1 การแสดงชุดกลองเตะ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด
ที่มา : ธนानันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

2) การแสดงนาฏกรรมย์ สร้างสรรค์ในปี พ.ศ. 2558 โดยมีแนวความคิดจากความเชื่อ ความศรัทธาของชาวอีสานแถบลุ่มแม่น้ำโขงเกี่ยวกับความศรัทธาเรื่องพญานาค จึงเกิดเป็นชุดสร้างสรรค์แนวเล่าเรื่องที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อความเชื่อในอำนาจเหนือธรรมชาติ และพิธีกรรมในชุมชนตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของชุมชนชาวอีสานโดยรูปแบบการแสดงมีการผสมผสานการแสดงหลายประเภทรวมเข้าด้วยกัน มีทั้งการแสดงเต้นแบบคอนเทมโพรารี การเต้นโซล มีการขึ้นลอยผสมผสานกับท่วงท่าลีลาการฟ้อนอีสาน ที่เป็นเรื่องราว โดยแบบการแสดงออกเป็น 4 องค์ มีดนตรีที่ใช้ในการประกอบการแสดง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือการใช้ซาวด์ (sound) ผสมกับวงโปงลางมีเทคนิคแสง สี เสียง การใช้ไฟ LED ตามช่วงการแสดง การแต่งกายที่เน้นให้เห็นถึงความเป็นพื้นบ้านอีสาน โดยแบ่งตามลักษณะของผู้แสดง มีการเปลี่ยนชุดการแต่งกายในแต่ละของช่วงการแสดงให้เหมาะสมกับท่วงท่าลีลา สื่อให้เห็นถึงความเชื่อ ความศรัทธาของชาวอีสานที่มีต่อพญานาค และวิถีชีวิตของชุมชนลุ่มแม่น้ำโขงออกมาได้อย่างลงตัว

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564



ภาพที่ 2 การแสดงชุด นาการิรมย์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด แสดงวันที่ 29 มกราคม 2559
ที่เวทีพระพุทธรูปปางลีลากลางบึงพลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด
ที่มา : ธนนันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

3) การแสดงชุดอีสานลายมังกรสร้างสรรค์ในปี พ.ศ.2561 มีแนวคิดในการสร้างสรรค์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความเป็นอยู่ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางจากแผ่นดินแม่มาจนถึงแดนสยามของชาวจีน มาลงหลักปักฐานในถิ่นอีสาน ก่อให้เกิดความร่ำรวยและมั่งคั่ง มีชีวิตที่สุขสบาย รูปแบบการแสดงเป็นเรื่องราวผสมระบำ โดยนำลีลาท่าทางนาฏศิลป์จีนเข้ามาผสมกับลีลาท่าทางนาฏศิลป์ไทย มีการใช้อุปกรณ์ประกอบการแสดงเพื่อแทนสัญลักษณ์ ที่วงดนตรีจีนใช้ในการบรรเลงผสมกับวงโปงลาง การเคลื่อนไหวที่พร้อมเพรียงกัน รูปแบบการแปรแถวที่หลากหลาย

2. กระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ชุดอีสานลายมังกร พบว่ามีรูปแบบ ดังนี้ รูปแบบการสร้างสรรค์โดยมีแนวคิดต้องการนำเสนอเรื่องราวคนไทยเชื้อสายจีนที่อยู่ในภาคอีสานด้วยกระบวนการแสดงให้เห็นความสำคัญกับการผสมผสานนาฏศิลป์สองสกุลเป็นการนำเสนอการแสดงแบบการเล่าเรื่อง จากการเริ่มต้นของการเดินทางจากแผ่นดินแม่มาจนถึงแผ่นดินสยามและการมาใช้ชีวิตในพื้นที่แผ่นดินอีสานมาประกอบสัมมาชีพเกิดความมั่นคงมั่งคั่งร่ำรวย โดยมีรูปแบบการแสดงแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 แดนมังกร ที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาวจีนด้วยนาฏกรรมต่าง ๆ ของจีน เช่น อุปรากรจีน (จิว) มวยจีน ระบำพัด แสดงความงดงามด้วยท่วงท่าลีลาการจับมือจีน ใช้วงดนตรีจีนในการบรรเลงทำนองเพลงที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาวจีนเน้นความสวยงามของการเคลื่อนไหวที่พร้อมเพรียงกัน มีการแปรแถวที่หลากหลาย การแต่งกายเลียนแบบชาวจีนสามัญชนสมัยราชวงศ์ชิง

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564



ภาพที่ 3 การแสดงอีสานสายมังกร ช่วงที่ 1 แดนมังกร
ที่มา : ธนानันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

ช่วงที่ 2 แรมรอนกลางทะเล สื่อให้เห็นถึงความท้อถอยลำบากยากแค้นในการอพยพถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของชาวจีนที่เดินทางจากแผ่นดินเกิดของ ตนมีกระบวนท่าทางที่สะท้อนถึงความลำบาก มีการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ผสมกลมกลืนกับดนตรีการบรรเลงเดี่ยวซอจีนแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ความลำบาก เศร้า ไม่มีจุดหมาย สื่อถึงการอพยพเข้ามาสู่แผ่นดินไทยมีเพียงเสื่อผืนหมอนใบ โดยทางเรือสำเภา ใช้เสื่อทำเป็นสัญลักษณ์ เรือสำเภา เข้ามาสู่แผ่นดินไทยเพื่อมีชีวิตใหม่ที่ดีขึ้น



ภาพที่ 4 การแสดงอีสานสายมังกร ช่วงที่ 2 แรมรอนกลางทะเล
ที่มา : ธนานันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ช่วงที่ 3 ชีวิตใหม่ในสยาม แสดงถึงชีวิตใหม่เมื่อเข้าสู่สยามประเทศแผ่นดินที่มีทั้งความสุขที่ได้ อยู่ได้ร่มโพธิ์พระบรมโพธิสมภารของพระมหากษัตริย์ไทยและการได้ศรัทธาในบวรพระพุทธศาสนาใช้ วงดนตรีไทยที่ประกอบไปด้วย ขลุ่ย ฆ้องวงใหญ่ และตะโพน ให้อารมณ์ถึงความร่มเย็นเป็นสุขในแดน สยาม มีการใช้เสื้อสีแทนสัญลักษณ์ เป็นประตุ เมืองที่แสดงให้เห็นถึงการเข้ามาสู่ดินแดนอีสาน



ภาพที่ 5 การแสดงช่วงที่ 3 ชีวิตใหม่ในสยาม
ที่มา : ธนานันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

ช่วงที่ 4 สร้างเนื้อสร้างตัว เป็นการสะท้อนให้เห็นชาวจีนเดินทางลงหลักปักฐานในภาคอีสาน เพื่อสร้างรายได้ สร้างชีวิตใหม่เห็นถึงการประกอบสัมมาชีพอยู่ในภาคอีสานเขตจังหวัดร้อยเอ็ด แสดง ท่าทางการเคลื่อนไหวให้เห็นถึงความขยันขันแข็ง บากบั่นอดทน ลีลาท่าฟ้อนงดงามด้วยท่วงท่าลีลาการ แสดงนาฏศิลป์จีน การจีบแบบจีนผสมนาฏศิลป์ไทยเข้ากับท่วงทำนองดนตรีโปงลางมีกลิ่นอายความเป็น จีนผสมความเป็นอีสาน



ภาพที่ 6 การแสดงช่วงที่ 4 สร้างเนื้อสร้างตัว
ที่มา : ธนานันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ช่วงที่ 5 มังกรแดนอีสาน สะท้อนให้เห็นถึงความร่ำรวยจากความสุขที่หล่อเลี้ยงชีวิตในการประกอบสัมมาชีพจึงออกมาวาดพ่อนด้วยความสุขเปรียบได้ดัง เช่น มังกรผงาดตามเหนือเวหา ไขว่จนตรึงเงินวงโหลโก้ ผสมกับบรรเลงกับวงดนตรีโปงลางลีลาการเคลื่อนไหวแบบกายกรรมจีน มาผสมผสานกับนาฏศิลป์ไทย แสดงถึงความสุข ความสนุกสนานท่วงทำนองเพลงมีกลิ่นอายความเป็นเงินผสมผสานความเป็นอีสาน การแสดงอารมณ์ ยังคงอยู่ในพื้นฐานนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานการแต่งกายมีการเปลี่ยนให้มีรูปแบบความเป็นพื้นบ้านอีสานผสมความเป็นเงิน โดยผู้แสดงฝ่ายชาย สวมเสื้อคอปิดแขนยาวสวมกางเกงขาก๊วยมีผ้าคาดเอวลายอีสานและมีผ้าลายอีสานพาดบ่าสวม ผู้แสดงหญิงสวมเสื้อแขนกุดคอปิดนุ่งซิ่นอีสานยาวกรอมเท้า มวยผมเสียบปิ่น



ภาพที่ 7 การแสดงช่วงที่ 5 มังกรแดนอีสาน

ที่มา : ธนนันต์ ศรีประภาพงศ์, 2564

ทั้งสามชุดการแสดงที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่นี้ถือได้ว่าการพัฒนาโดยการนำเอารูปแบบการแสดงนาฏศิลป์สกุลอื่นเข้ามาปรับใช้รวมถึงอุปกรณ์ประกอบการแสดงเทคนิคให้มีความทันสมัยมากขึ้นแต่ยังคงมิได้ทำลายความเป็นการแสดงพื้นบ้านอีสาน

สรุปผลการวิจัย

จะเห็นได้ว่า พัฒนาการการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด เป็นการสร้างสรรค์การแสดงที่อยู่ภายใต้สภาพความเป็นอยู่ของสังคมภาคอีสาน รวมถึง ประเพณี พิธีกรรมความเชื่อ และวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสาน เพียงแต่มีการเพิ่มองค์ประกอบและการจัดระเบียบด้วยกระบวนการในรูปแบบการสร้างสรรค์การแสดงแนวใหม่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมและยังเป็นการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้านที่ตอบรับกับสภาพของสังคมชุมชนในปัจจุบันที่รับวัฒนธรรมต่างชาติ เทคโนโลยี ที่หลายหลายเข้ามา ส่งผลให้รูปแบบการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสาน มีการ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ปรับเปลี่ยน และแนวคิดกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกรมีแนวคิดเป็นกระบวนการควบคุมการทำงานสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามกรอบที่วางไว้ทั้งการนำเสนอเรื่องราว การกำหนดรูปแบบหรือแม้แต่การออกแบบท่ารำออกแบบเครื่องแต่งกายในทุกองค์ประกอบจำเป็นต้องอยู่ภายใต้องค์ประกอบเดียวกัน รวมถึงการสร้างสรรค์การแสดงที่ต้องผสมผสานนาฏศิลป์สองสกุลและมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ ตำนานเพื่อให้เกิดจิตสำนึกและในการตระหนักรู้ถึงบุญคุณของบรรพบุรุษและการเป็นแบบอย่างของความอดทนที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ในชุมชนเป็นเรื่องละเอียดอ่อนการเล่าเรื่องต้องมาจากฐานของเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานการแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด มีกระบวนการประดิษฐ์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย โดยสร้างสรรค์จากวัฒนธรรม สังคม เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการผลิตขึ้นมาใหม่เพื่อรับใช้ทางสังคม นอกจากนั้นกระบวนการสร้างสรรค์การแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยยังนำไปสู่การแปรรูปทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในรูปแบบการแสดงต่าง ๆ นอกจากนี้การสร้างสรรค์ผลงานการแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยของวิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ดนับเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสรรค์ที่เป็นการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้ สอดคล้องกับ (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2543, น. 205) ที่อธิบายว่าศิลปวัฒนธรรมแสดงให้เห็นถึงความเป็นอารยประเทศ ประเทศชาติที่มีความความรุ่งเรืองนั้นจำเป็นต้องมีวัฒนธรรมอันแสดงออกถึงเอกลักษณ์ประจำชาติของตน

2. แนวคิดและกระบวนการนาฏยประดิษฐ์นาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยชุดอีสานลายมังกรมีแนวคิดให้เกิดเป็นรูปธรรมเป็นเนื้อหาออกสู่สาธารณชนผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองเกิดเป็นชุดการแสดง สอดคล้องกับ (ประคอง นิมมานเหมินท์, 2551, น. 47) กล่าวว่าภูมิปัญญาความรู้หรือระบบความรู้ที่มนุษย์ค้นพบหรือคิดค้นขึ้นเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมั่นคงปลอดภัยมีความสะดวกสบายสุขสงบและบันเทิงใจอาจเป็นระบบความรู้ที่คิดค้นขึ้นเพื่อประโยชน์ส่วนตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาก่อนหรือเป็นระบบความรู้ที่คิดค้นขึ้นเพื่อประโยชน์ของกลุ่มชนก็ได้ การแสดงสร้างสรรค์อีสานร่วมสมัย อีสานลายมังกร เป็นการแสดงที่มีรูปแบบการนำเสนอความสวยงามกระบวนการท่ารำราย้านาฏศิลป์พื้นบ้านและนาฏศิลป์สกุลอื่นเข้ามา ทำให้การแสดงมีความแปลกใหม่ มีความผสมผสานกันอย่างลงตัว สอดคล้องกับ (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2543, น. 225) ได้กล่าวเกี่ยวกับนาฏยประดิษฐ์ไว้ว่านาฏยประดิษฐ์หมายถึงการคิดการออกแบบการสร้างสรรค์แนวคิดรูปแบบกลวิธีทางนาฏศิลป์ชุดหนึ่งทีแสดงโดยผู้แสดงคนเดียวหรือหลายคนทั้งนี้รวมถึงการปรับปรุงผลงานในอดีต นาฏยประดิษฐ์จึงเป็นการทำงานที่ครอบคลุมปรัชญาเนื้อหาความหมายท่ารำท่าเต้นการแปรแถวการตั้งมุมการแสดงเดี่ยวการแสดงหมู่ การกำหนดดนตรี เพลง เครื่องแต่งกาย ฉาก และส่วนประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญในการทำให้นาฏศิลป์

ชุดหนึ่งหนึ่งสมบูรณ์ตามที่ตั้งใจไว้ในส่วนของลายดนตรีจะเป็นลายที่มีความบ่งบอกถึงความเป็นชาติจีน และมีความไพเราะสื่อให้เห็นถึงอารมณ์ในช่วงเวลานี้ของการแสดงให้ผู้ฟังได้เข้าถึงสุนทรียของการชมการแสดงซึ่งเป็นเพลงเชื้อชาติจีนที่บ่งบอกถึงชุมชนจีน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดงพื้นบ้านอีสานร่วมสมัยที่จะทำให้เกิดผลงานทางด้านศิลปะการแสดงด้านอีสานร่วมสมัยในชุดต่อ ๆ ไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนารูปแบบการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้านร่วมสมัย 4 ภาค
2. การสร้างสรรค์การแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้านอีสานร่วมสมัยยังมีรูปแบบการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นจึงควรมีการศึกษาและเก็บบันทึกข้อมูลไว้เพื่อเป็นการต่อยอดและเพิ่มคุณค่า

เอกสารอ้างอิง

- พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ (พ.ศ. 2550). (2550). *ราชกิจจานุเบกษา*, 124 (32ก), 1-24.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2551). *นิทานพื้นบ้านศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการคณะอักษรศาสตร์จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2543). *นาฏศิลป์ปริทรรศน์*, กรุงเทพฯ : ภาพสุวรรณ.
- พรทิพย์ วงศ์ไพบูลย์. (2553). *การประยุกต์รูปแบบการแสดงนาฏศิลป์ร่วมสมัยในภาคกลาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามฝักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ฤทัยภัทร ให้ศิริกุล¹ / อุทิศ ทาหอม²

¹ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

² ผศ. สาขาวิชาการพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

อีเมล : arm.utit.tahom@gmail.com

รับต้นฉบับ 18 มีนาคม 2564; ปรับแก้ 12 เมษายน 2564; รับผิดชอบ 25 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาพัฒนาการสินค้าทางวัฒนธรรม และศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พร้อมกับค้นหายุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าปลาสามฝักกลุ่มบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์เจาะลึก และสนทนากลุ่ม พบว่า ในปี พ.ศ. 2548 กลุ่มของแม่บ้านหนองระเวียง มีสมาชิก 21 คน ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเวียงชัย จำนวน 20,000 บาทและได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน ใน พ.ศ. 2549 จัดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เมื่อปี พ.ศ. 2553 ได้เผชิญกับปัญหาสมาชิกลดลง แต่สามารถดำเนินการได้ ในปี พ.ศ. 2560 ปลาสามฝักหนองระเวียง ได้รับการรองรับมาตรฐาน อย. ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น มีหลักสูตรระยะสั้นฝึกอบรมให้ประชาชนทั่วไป กลุ่มนี้มีศักยภาพ 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ศักยภาพมาตรฐานการผลิต และศักยภาพการตลาด มียุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้า 3 ประการ คือ 1) ยุทธวิธีการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม 2) ยุทธวิธีการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้า 3) ยุทธวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการขับเคลื่อนที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศในยุค 4.0 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าจากฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

คำสำคัญ

ยุทธวิธี การเพิ่มมูลค่า สินค้าทางวัฒนธรรม ปลาสามฝัก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

Strategies for Cultural Product Value Addition: Plarsom Fug of Barn Nongrawiang Community Enterprise Group, Wiangchai Sub-district, Phayakkhaphum Phisai District, Mahasarakham Province

Ruthaiphat Haisirikul¹ / Utis Tahom²

¹ Lecturer, Management Program, Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

² Assistant Professor, Social Development Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Buriram Rajabhat University

E-mail : arm.utit.tahom@gmail.com

Received 18 March 2021; Accepted 12 April 2021; Published 25 June 2021

Abstract

The purposes of this study were to investigate the development of cultural product together with potential of community enterprise group as well as to find value addition strategies for cultural product called Plarsom Fug of Barn Nongrawiang community, Wiangchai sub-district, Phayakkhaphum Phisai district, Mahasarakham province. The data were collected from related documents, an in-depth interview, and a focus group discussion. The findings revealed that in the year 2005, 21 women of Barn Nongrawiang set a group to make Plarsom Fug (a type of fermented fish) and the group was granted 20, 000-baht budget from Wiangchai Sub-district Administrative Organization and the group was awarded a standard logo. In 2006, the group was registered as a community enterprise. Later in the year 2010, the group encountered member decreasing but they could continue running their business. In 2017, this community enterprise group was awarded the Food and Drug Standard Certification, which enhanced their sales. Moreover, there were also short training courses for interested people. Plarsom Fug community enterprise group had 3 types of potentials: Administration, Standard Production, and Marketing. The three strategies for cultural products' value addition were found: 1) Constructing Cultural Identity, 2) Adding Market Channels, and 3) Product Development. These strategies were in line with Thailand 4.0 development emphasizing on developing local wisdom and culture based products to meet the international standards.

Keywords:

strategies, value addition, cultural product, Plarsom Fug, community, enterprise group



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การขับเคลื่อนประเทศให้บรรลุแผนยุทธศาสตร์มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบที่ภาครัฐวางไว้ ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ เช่น คุณภาพของทรัพยากรบุคคล การวิจัยและพัฒนา นโยบายเศรษฐกิจ รวมถึงวัฒนธรรม นับเป็นทุนประเภทหนึ่งที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศได้หลายระดับ เช่น ระดับปัจเจกบุคคล วัฒนธรรมทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ทำให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ของบุคคลบนความหลากหลายในระดับชุมชน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2561, น. 3) การพัฒนาวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ และมีการสืบทอดประยุกต์ใช้กันอย่างต่อเนื่องและจัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (สุจินดา เจริญศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี, 2560, น. 63) ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถนำเรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) มาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตน ใช้สร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับสินค้า เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น (กัลยาณมิตร นรรัตน์พุทธิ, 2562, น. 8)

บ้านหนองระเวียงแต่เดิมเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีดินหนามแห่งในหนองน้ำจำนวนมาก ซึ่งต้นหนามนี้ในภาษาเขมร เรียกว่า “ต้นระเวียง” จึงตั้งชื่อว่า “บ้านหนองระเวียง” เพราะบรรพบุรุษได้ตั้งชื่อตามภูมิศาสตร์ ต่อมา พ.ศ. 2525 ประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีการแยกการปกครองเพิ่มอีกเป็น 2 หมู่บ้าน คือบ้านหนองระเวียง หมู่ 13 และบ้านโนนใหญ่ หมู่ 6 ต่อมาปี พ.ศ. 2529 บ้านโนนใหญ่ หมู่ 6 ได้แยกเขตการปกครองอีกหนึ่งหมู่บ้านคือ บ้านหัวหนอง หมู่ 12 มีขนาดพื้นที่ของหมู่บ้าน 1,470 ไร่ แบ่งออกเป็นพื้นที่อยู่อาศัย 55 ไร่ พื้นที่ทำการเกษตร (ทำนา ทำสวน ทำไร่) 1,340 ไร่ มีพื้นที่สาธารณประโยชน์ ประชาชนใช้ร่วมกันประมาณ 75 ไร่ มีระยะทางห่างจากอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย 10 กิโลเมตร และระยะทางห่างจากจังหวัดมหาสารคาม 80 กิโลเมตร ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักทำนา อาชีพรองทำไร่ ทำสวน รับจ้างทั่วไป มีประชากรจำนวน 279 คน มีจำนวนประชากรชาย และหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ชาย 138 คน หญิง 141 คน ในปี พ.ศ. 2548 ได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อประกอบอาชีพเสริม เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพในชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิก 21 คน มีรายได้จากการขายปลาส้มปักในแต่ละครั้งเป็นเงินจำนวน 3,000-5,000 บาท จากการสนทนาพูดคุยกับสมาชิกปัจจุบัน กำลังเผชิญกับปัญหา 3 ประการ คือ ปัญหาการตลาด ปัญหาการบริหารจัดการกลุ่ม และปัญหาการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาส้มปัก มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาการตลาด พบว่า กลุ่มนี้ไม่มีตลาดที่ชัดเจน มีการจัดจำหน่ายภายในกลุ่ม และนำไปจัดจำหน่ายในการจัดงานขายสินค้า OTOP ยังไม่มีการส่งไปตามร้านขายสินค้าตามอำเภอ หรือ จังหวัด
2. ปัญหาการบริหารจัดการ เพราะ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ การวางแผนในการผลิต ตลอดจนการสร้างรูปแบบประชาสัมพันธ์ การติดต่อวางขายสินค้า เป็นหลักการที่สำคัญในการยกระดับและพัฒนาสินค้าให้มียอดขายเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปรู้จักมากยิ่งขึ้น

3. ปัญหาการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะทางกลุ่มวิสาหกิจขาดความรู้ในการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามความต้องการของผู้บริโภค ปัจจุบันมีเพียง 2 ผลิตภัณฑ์คือ ทำปลาต้มตัวและปลาต้มแหนม จึงเป็นข้อจำกัดที่จะเพิ่มยอดขาย และขาดความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยพิจารณาถึงความสำคัญในการค้นหาองค์ความรู้ผ่านกระบวนการวิจัย ที่จะศึกษาการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นตามความต้องการของผู้บริโภค และเข้าใจวิธีพัฒนาสินค้าให้ต่อบนนโยบายการพัฒนาประเทศ จึงศึกษาเรื่อง “ยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอยักษ์ขุมภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม” เพื่อให้เข้าใจสภาพปัญหาในปัจจุบัน เรียนรู้องค์ความรู้ที่กลุ่มมีอยู่เพื่อนำไปสู่การค้นหายุทธวิธีการขับเคลื่อนสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอยักษ์ขุมภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาต้มฟักบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอยักษ์ขุมภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อค้นหายุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอยักษ์ขุมภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเชิงคุณภาพนี้ (Qualitative Research) ซึ่งได้ค้นคว้าจากเอกสาร ได้แก่ บทความวิจัย บทความวิชาการ หนังสือ ตำรา และผลงานวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการจัดเวทีระดมสมองค้นหายุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง กลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) แบบเจาะจง 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้นำชุมชน 5 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 25 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานประมงจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลเวียงชัย จำนวน 10 คน และลูกค้าประจำ จำนวน 10 คน รวมจำนวน 50 คน ซึ่งมีขั้นตอนในการศึกษา คือ 1) ศึกษาพัฒนาการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ศึกษาองค์ความรู้การเพิ่มมูลค่า 3) ค้นหายุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาต้มฟักกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์



เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พร้อมทั้งทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและหลากหลาย

ผลการวิจัย

1. พัฒนาการสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามพีกและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ชุมชนบ้านหนองระเวียงได้มีการประชุมปรึกษาหารือกันถึงแนวทางการพัฒนาอาชีพเสริมภายในชุมชน จนได้เกิดการรวมกลุ่มของแม่บ้าน ประกอบด้วย 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 6 หมู่ 12 และหมู่ 13 เพื่อหารายได้เสริมเข้ามาภายในครอบครัว มีสมาชิก 21 คน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากปลาตะเพียน ที่ผ่านกรรมวิธีการหมักด้วยเกลือ ข้าวสารเหนียว น้ำกระเทียมดอง และกระเทียมบรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท ทำการบ่มนาน 3-5 วัน จะมีรสเปรี้ยว สามารถอยู่ในถังแช่แข็งได้นานถึง 1 เดือน ทางกลุ่ม 2 ได้แก่ ปลาสามตัว ปลาสามพีกหรือแหนมปลาผ่านการบดให้ละเอียดแล้วนำมาปั่นเป็นก้อน ผลจากการพัฒนาสินค้าทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงชัย มองเห็นถึงความเข้มแข็งของกลุ่ม ได้ให้งบประมาณ ปีละ 20,000 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งวัตถุดิบ ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาสามพีก นอกจากนี้ยังมีสำนักงานประมงอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย และสำนักงานเกษตรอำเภอพยัคฆภูมิพิสัยมาให้ความรู้ด้านการแปรรูปและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาสามพีก ตลอดจนการสนับสนุนสถานที่ผลิต อุปกรณ์การผลิต เป็นต้น และได้มีสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองระเวียง มาให้คำแนะนำการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ เตรียมความพร้อมที่จะขอเครื่องหมายมาตรฐาน Primary GMP หรือ GMP ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตขั้นต้น ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศว่าด้วยเรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย เป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตขั้นต้น สำหรับกลุ่มอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที รวมไปถึงกลุ่มอาหารทั่วไปที่ยังไม่ได้ถูกบังคับให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 193) พ.ศ. 2543 ประกอบด้วย 6 ข้อกำหนดคือ 1) สถานที่ตั้งและการผลิต 2) เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต 3) การควบคุมกระบวนการผลิต 4) การสุขาภิบาล 5) การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด 6) บุคลากรและสุขลักษณะ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2560, น. 10-13) เพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามพีกหนองระเวียง ให้มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2549 ทางกลุ่มได้นำปลาสามพีกไปจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 วันที่ 19 มกราคม 2549 จึงทำให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นตามงานขายสินค้า OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และทำให้ลูกค้าได้รู้จักมีลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

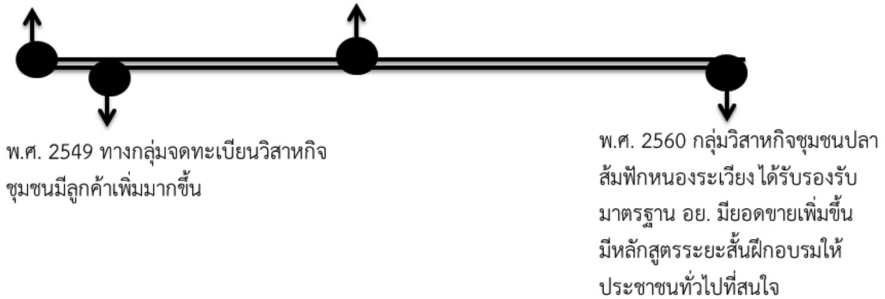
ต่อมาในปี พ.ศ. 2553 กลุ่มเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับสมาชิก เนื่องจากบางคนทำงานต่างถิ่น เนื่องจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ตลอดจนมีภาระหนี้สินทางครอบครัว และสมาชิกบางคนป่วยจึงไม่สามารถมาทำงานได้ทำให้ทางกลุ่มเผชิญกับปัญหาการผลิตในปริมาณที่เพิ่มขึ้นได้จาก 100 กิโลกรัม ต่อครั้ง ลดลงเหลือ 50 กิโลกรัมต่อครั้ง หนึ่งอาทิตย์ผลิต 3 ครั้ง ทำให้รายได้ของกลุ่มลดน้อยลงไปด้วย แต่ทั้งนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้ทำให้สมาชิกขาดแรงบันดาลใจต่อการขับเคลื่อนกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ร่วมกันตั้งแต่เริ่มต้น กลับใช้โอกาสนี้ พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ โดยการเข้าฝึกอบรมตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มช่องทางการตลาด ตลอดจนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน ความมุ่งมั่น ความตั้งใจทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงชัย เห็นถึงความสำคัญพัฒนาส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชน จึงได้สนับสนุนงบประมาณ จำนวน 50,000 บาท เพื่อไปพัฒนากลุ่มและใช้เป็นกองทุนหมุนเวียน นอกจากนี้ยังได้รับงบประมาณจาก กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 10,000 บาท และสำนักงานประมงจังหวัดมหาสารคามจำนวน 15,000 บาท จะเห็นได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพนั้น สมาชิกต่างมีเป้าหมายเดียวกัน มีบทบาทหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนอย่างชัดเจน การสร้างบรรยากาศการทำงานอย่างมีความสุข มีการประชุม วางแผนและร่วมมือร่วมใจแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2556, น. 404) ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมองเห็นศักยภาพและความมุ่งมั่น ตั้งใจจึงได้เข้ามาให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง

ปี พ.ศ. 2560 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักหนองระเวียง ได้รับรองรับมาตรฐาน ออย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข ทำให้ได้มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นโดยการนำสินค้าไปขายในงานประจำปี คือ สินค้าของดีเมืองมหาสารคาม หลายครั้ง นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการตลาด โดยโฆษณาสินค้าผ่านระบบดิจิทัล ทางกลุ่มได้จัดทำเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มและลูกค้ามากยิ่งขึ้น ตลอดจนได้เปิดอบรมหลักสูตรระยะสั้นการทำปลาสามฟักให้กับประชาชนสนใจต้องการพัฒนาอาชีพให้กับตนเอง พร้อมทั้งเป็นพื้นที่ศึกษาดูงานให้กับสำนักงานพัฒนาชุมชนสำนักงานเกษตรอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย

จากพัฒนาการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักในแต่ละช่วงเวลาเป็นการแสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้ คือ หัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีเปลี่ยนแปลง การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็ไม่มีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความยาก (เสรี พงศ์พิศ, 2546, น. 86) เป็นการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น นำ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนความเป็นชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนได้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่เข้าใจการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (Sungsuwan T., 2561, น. 6) ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนเป็นการสะท้อนเอกลักษณ์ของตนเองผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ ยกระดับ พัฒนาให้กลายเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชน

พ.ศ. 2548 ร่วมกลุ่มของแม่บ้านหนองระเวียง มีสมาชิก 21 คน ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเวียงชัย จำนวน 20,000 บาทและได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน

พ.ศ. 2553 ทางกลุ่มเผชิญกับปัญหาสมาชิกลดลง แต่ก็สามารถดำเนินการต่อไปได้



ภาพที่ 1 พัฒนาการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสัมพันธ์

2. ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสัมพันธ์บ้านหนองระเวียง

องค์ความรู้การเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียงพบว่า เมืองค์ความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาระดับกลุ่มให้เกิดการแข่งขัน ได้แก่ การบริหารจัดการกลุ่ม การจัดการวัตถุดิบ การตลาด มาตรฐานการผลิต การสร้างระเบียบข้อบังคับของการบริหารจัดการกลุ่ม เป็นต้น ดังนั้นองค์ความรู้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มไปสู่เป้าหมายร่วมกัน ซึ่งสามารถแบ่งองค์ความรู้การเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม พบว่า มีการวางโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจน มีการแบ่งบทบาทหน้าการทำงาน เช่น ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก คณะกรรมการ เป็นต้น เพื่อเป็นแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ แต่การวางบทบาทหน้าที่เป็นเพียงการกำหนดภาระหน้าที่เพียงเท่านั้น แต่สมาชิกในกลุ่มทุกคนก็ช่วยเหลือกันทุกตำแหน่ง เพราะการทำงานเป็นกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำมีเพียงเงินปันผลจากยอดขายที่ได้ขายเพียงเท่านั้น จึงทำให้สมาชิกทุกคนเป็นทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย จัดหาวัตถุดิบ และการตลาด เป็นต้น โดยทางกลุ่มจะมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้งเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่มีเข้ามาทั้งจากภายนอกและภายในกลุ่ม และตรวจสอบบัญชีการเงิน ตลอดจนจนปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการกลุ่ม พร้อมทั้งค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน ผ่านการสนทนา พูดคุย แลกเปลี่ยน ตลอดจนการกำหนดทิศทางการทำงานของกลุ่มในอนาคต ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มดังนี้

1.1 การบริการจัดการกลุ่ม คือ การดูแลบริหารจัดการกลุ่มให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม มีวัตถุประสงค์และอุดมการณ์

ร่วมกันในการสร้างงานสร้างอาชีพ มีรายละเอียดดังนี้

1) นางจิตติพร การภักดี ประธานกลุ่ม มีหน้าที่ในการจัดการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก วางแผนดำเนินงาน ตัดสินใจด้านการจัดการวัตถุดิบ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแก้ไขปัญหาของกลุ่ม

2) นางนิฉัย กะตะศิลา รองประธาน มีหน้าที่ดำเนินการร่วมกับประธานกลุ่ม และเป็นตัวแทนในการบริหารดำเนินงานเมื่อประธานกลุ่มไม่อยู่ ประสานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ตลอดจนควบคุมกำกับติดตามตรวจสอบงาน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กลุ่มกำหนด

3) นางทองทิพย์ นราวงษ์ เลขานุการ มีหน้าที่เป็นผู้จัดการประสานงานของทุกฝ่าย รวมทั้งสรุปข้อมูลในการประชุมกลุ่มทุกครั้ง และเป็นผู้จัดการประชุมให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย

4) นางอุไร โงนงณี เกร็ดญิก มีหน้าที่จัดทำบัญชีและการเงินของกลุ่มและ รวมทั้งติดต่อประสานงานกับการตลาด และรับสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า

5) นางนิพัฒน์ มณีวรรณ และสมาชิกภายในกลุ่มจำนวน 21 คน มีหน้าที่ผลิตปลาต้มฟักและปลาต้มตัวและบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำส่งไปขายตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนมีหน้าที่สำคัญในการช่วยกันทำกิจกรรมของกลุ่มดูแลการทำงานของคณะกรรมการ และรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม

6) นางอภิรดา กองไกรรัตน์ และนางกนกพร จินรัชย์ ที่ปรึกษากลุ่ม มีหน้าที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำต่อการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ศักยภาพกองทุนกลุ่ม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาต้มฟักบ้านหนองระเวียง มีเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม จำนวน 200,000 บาท สำหรับใช้เป็นเงินทุนในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น วัตถุดิบ การบรรจุภัณฑ์ ค่าน้ำค่าไฟ การปรับปรุงอาคารสถานที่ การจัดซื้ออุปกรณ์ภายในกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งเป็นเงินที่มีการเบิกจ่าย 2 ใน 3 คน และมีการชี้แจงบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างให้สมาชิกทราบทุกเดือน เพื่อให้ทุกคนเชื่อมั่นในการบริหารจัดการตามหลักการโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้มีเงินกองทุนจากทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย (ธกส.) จำนวน 100,000 บาท ได้คิดดอกเบี้ย ร้อยละ 5 ต่อปี ทางกลุ่มได้นำเงินส่วนหนึ่งมาบริหารกลุ่มอีกส่วนให้สมาชิกในกลุ่มกู้ยืม โดยมีการเรียกเก็บหนี้ปีละครั้ง การกู้ยืมของสมาชิกในกลุ่มจะคิดร้อยละ 7 ต่อปี สาเหตุที่คิดเพิ่มร้อยละ 2 บาท เป็นเงินที่เก็บไว้ในการบริหารจัดการกลุ่ม

1.3 ศักยภาพกฎ กติกา การจัดการกลุ่ม พบว่า กติกาข้อบังคับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในการทำงาน ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาต้มฟักจึงมีกติกา ข้อบังคับการบริหารจัดการกลุ่มดังนี้

1) สมาชิกทุกคน ต้องถือหุ้นกลุ่มอย่างน้อย 1 หุ้น แต่ไม่เกิน 10 หุ้นราคาหุ้นละ 50 บาท

2) สมาชิกทุกคน ต้องร่วมกันทำงาน ถ้าไม่มาในวันนั้นนั้น ถือว่าขาดการทำงานจะไม่แบ่งกำไร ให้ผู้ที่ไม่มาทำงาน

3) การเปิดรับสมาชิกใหม่จะทำปีละ 1 ครั้ง หลังจากปีผลประจำปีนั้น



- 4) สมาชิกจะลาออกได้จะต้องอยู่ให้ครบปีหลังจากปีนั้นผลเช่นกัน
- 5) สมาชิกทุกรายจะต้องทำงานให้ได้ตามเป้าหมายทุกครั้งที่ได้รับมอบหมายจากประธานกลุ่ม
- 6) สมาชิกไปประชุมอบรม ให้เบิกค่าใช้จ่ายจากกองกลางได้ไม่เกิน 250 บาทหรือตาม

ระยะทางตามความเหมาะสม

7) การแบ่งเงินหุ้นจะแบ่งให้คณะกรรมการในการทำงาน 2% จากกำไรสุทธิทั้งหมด เหลือจากนั้นแบ่งให้สมาชิกตามแต่ละหุ้นที่ถือกัน

1.4 การเงิน/บัญชี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาส้มฟัก จะมีการจัดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างละเอียด และมีการสรุปค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งแจ้งให้สมาชิกทราบทุกเดือน มีปริมาณยอดขายที่ได้รับ ต้นทุนการผลิต กำไรที่ได้จากการจำหน่าย เป็นต้น เพื่อให้สมาชิกทุกคนได้ตรวจสอบ ซักถามทำความเข้าใจร่วมกัน

1.5 ปันผลกลุ่ม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาส้มฟัก สมาชิกจะได้รับเงินปันผลทุกสิ้นปี โดยในแต่ละปีมีการขายได้เท่าไรก็จะมีกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2% ส่วนที่เหลือ เก็บไว้สำหรับการบริหารจัดการกลุ่มในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

2. ศักยภาพมาตรฐานการผลิต พบว่า การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการขายการตลาด มาตรฐานผลิตภัณฑ์จึงเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ สถานที่ตั้งและอาคารผลิต เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การสุขาภิบาล การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด บุคลากรและสุขภาพลักษณะผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น เพื่อเป็นการให้อยู่ในเกณฑ์การตรวจสอบของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจปลาส้มฟัก มีโรงเรือนและสถานที่การผลิตที่ชัดเจนตั้งอยู่ในชุมชนบ้านหนองระเวียง หมู่ 13 ตำบลเวียงชัย อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โรงเรือนแบ่งออกเป็น 3 ห้อง คือ 1) ห้องผลิตและห้องเก็บวัตถุดิบ 2) อุปกรณ์ในการใช้ผลิตปลา และ 3) ห้องเก็บบรรจุภัณฑ์โรงเรือนกลุ่ม และจะมีป้ายแสดงผลิตภัณฑ์ให้เห็นอย่างชัดเจน สถานที่ตั้งอยู่ติดกับถนนในหมู่บ้านที่มีผู้คนสัญจรไปมาสะดวก บริเวณโดยรอบโรงเรือนมีความสะอาด จนได้รับรองมาตรฐานการผลิตจากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งปัจจุบันมีปลาส้ม 2 สูตร ได้แก่ 1) ทำปลาส้มตัว 2) ปลาส้มฟัก ซึ่งทั้ง 2 สูตรได้เครื่องหมายการค้าคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1) ในปี พ.ศ. 2548 ได้รับรองเครื่องหมายมาตรฐาน Primary GMP หรือ GMP ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตขั้นต้นซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กระทรวงสาธารณสุข

2) ในปี พ.ศ. 2549 ทางกลุ่มได้นำปลาส้มฟักไปจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

3) ในปี พ.ศ. 2560 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาส้มฟักหนองระเวียง ได้รับรองรับมาตรฐาน อย. (องค์การอาหารและยา) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดในการผลิตสินค้าและ

บริการในเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต การออกแบบ การใช้ประโยชน์ และการสอดแทรกเรื่องราวความเป็นไทยไว้ในบรรจุภัณฑ์ (Storytelling) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการที่ได้นำศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์จนได้รับการยอมรับ (ณรงค์ชัย อัครเศรณี, 2553, น. 50) ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นในความสะอาดและปลอดภัย จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์ชุมชน ตรงตามสโลแกนของกลุ่มที่ว่า “สะอาด ปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค”

3. ศักยภาพการตลาด พบว่า ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักมีการตลาดในหลากหลายรูปแบบ เช่น การขายตามสถานที่จัดงานสินค้า OTOP ส่งไปขายตามลูกค้าสั่งซื้อ และวางจำหน่ายในสถานที่ผลิต เป็นต้น หลักการสำคัญในการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นของกลุ่มมีการตลาดดังนี้

1) ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักบ้านหนองระเวียง ได้นำสินค้าไปขายตามสถานที่จัดงานสินค้า OTOP ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

2) ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักบ้านหนองระเวียง ได้มีการจัดส่งสินค้าตามที่ถูกคำสั่งซื้อ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น ระยอง บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี เป็นต้น โดยแพ็คสินค้าใส่กล่องโฟมส่งทางรถตู้ประจำทาง หรือ รถโดยสารสาธารณะ มีลูกค้าสั่งจองสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก ไลน์ และโทรศัพท์กับนางอุไร งามมณี เหมัญญิกและฝ่ายการตลาดของกลุ่ม

3) ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักบ้านหนองระเวียง จัดขายในสถานที่ผลิต โดยมีลูกค้าทั้งในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงแวะเวียนมาซื้อเป็นประจำ จนทำให้ยอดขายในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

สาเหตุที่สำคัญทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามฟักมียอดขายเพิ่มขึ้น นอกจากได้มาตรฐานในระดับ ออย. แล้ว ยังมีรสชาติอร่อย เพราะทางกลุ่มเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยการสั่งซื้อปลาจากจังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดชลบุรี เพราะเป็นพื้นที่ที่เลี้ยงปลาตะเพียนโดยเฉพาะ เป็นปลาน้ำกร่อย (คือน้ำทะเล (น้ำเค็ม) ผสมกับน้ำจืด น้ำกร่อยหรือน้ำทะเลในสภาพปกติมีสภาพเป็นต่างอ่อน ๆ pH ราว 7.3 ไปจนถึง 8.5) มีการคัดตัวปลาที่สดสะอาด จะใช้ปลาที่ตัวสม่ำเสมอ กัน ประมาณตัวละ 3-4 ชีด เท่านั้น จากระยะทางที่ไกลขึ้นก็ต้องเพิ่มค่าขนส่งขึ้น โดยซื้อในราคา กิโลกรัมละ 55 บาท ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและเป็นที่ถูกปากของผู้บริโภคมากขึ้น ต้นทุนการผลิตปลาสามฟัก 100 กิโลกรัม เป็นเงิน 6,490 บาท ขายได้ 13,000 บาท กำไรที่ได้ 6,510 บาท ส่วนต้นทุนการผลิตการปลาสามฟัก 100 กิโลกรัม เป็นเงิน 7,231 บาท ขายได้ 10,000 บาท กำไรที่ได้ 2,769 บาท ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ต้นทุนการผลิตปลาสามตัว และปลาสามฟัก

ปลาสามตัว		ปลาสามฟัก	
1. ปลาตะเพียน 100 กิโลกรัม	5,500 บาท	1. เนื้อปลาตะเพียนสด 100 กิโลกรัม	5,500 บาท
2. กระเทียม 2 กิโลกรัม	120 บาท	2. กระเทียม 10 กิโลกรัม	600 บาท
3. ข้าวเหนียว 4 กิโลกรัม	80 บาท	3. ข้าวเหนียว 5 กิโลกรัม	100 บาท
4. เกลือ 5 กิโลกรัม	50 บาท	4. ผงปรุงรส 5 ถุง	50 บาท
5. ผงปรุงรส 2 ถุง	20 บาท	5. เกลือ 1 กิโลกรัม	21 บาท
6. น้ำกระเทียมดอง 2 ขวด	20 บาท	6. ใบตอง 80 กิโลกรัม	560 บาท
7. ไข่ 9×14 100 ใบ	700 บาท	7. ไข่ 8×12 100 ใบ	400 บาท
รวม	6,490 บาท	รวม	7,231 บาท
ราคาขายกิโลกรัมละ 130 บาท		ขายแพ็คเกจละ 100 บาท * 100	
=13,000 บาท กำไรที่ขายได้ 6,510 บาท		= 10,000 บาท กำไรที่ขายได้ 2,769 บาท	

ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีการเรียนรู้ ปรับตัว และค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาในหลากหลายรูปแบบ ทั้งมาตรฐานการผลิต การเพิ่มช่องทางการตลาด การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ เข้ามาช่วยในการสร้างการรับรู้ และการเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามฟักกลายเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกอำเภอยักษ์ภูมิพิสัย

3. ยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามฟักกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง

สินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามฟักเป็นการพัฒนารากฐานทางวัฒนธรรมให้เข้มแข็ง สร้างความรู้ความเข้าใจในศักยภาพของตนเอง การเตรียมความพร้อมให้ชุมชนพึ่งตนเองได้นั้นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนว่ามีผลกระทบอย่างไรบ้าง การพัฒนาชุมชนให้เข้าใจว่า “เท่าทัน เท่าเทียม” นั้น กระบวนการวิจัยจึงเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรมทางสังคม ส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้อย่างชาญฉลาดบนพื้นฐานคำว่า “รหัสวัฒนธรรม” หรือ Creative DNA ของตนเอง ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมจากบรรพบุรุษ และสามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด คณะผู้วิจัยจึงได้ร่วมจัดเวทีระดมสมองร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจนเกิดเป็นยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมปลาสามฟักให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน ดังนี้

3.1 ยุทธวิธีการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับปลาส้มปัก

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม คือ การแสดงออกในความเป็นเฉพาะของชุมชน ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ทั้งภูมิปัญญา วัฒนธรรม ระบบค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อ ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อดึงดูดความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดยุทธวิธีการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับปลาส้มปัก ดังนี้

1) สร้างความโดดเด่นของภูมิปัญญา คือ สินค้าทางวัฒนธรรมปลาส้มปัก เป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นระยะเวลา 92 ปี ตั้งแต่ก่อตั้งชุมชน และมีสูตรเฉพาะคือ ไม้ใช้ผงชूरสในการผสม มีเพียงการใส่เกลือ ใส่ข้าวเหนียว แล้วหมักไว้ 3-5 วัน จะมีรสชาติเปรี้ยวหอมข้าวเหนียวอร่อย ซึ่งเป็นการแปรรูปอาหารจากบรรพบุรุษ จนได้นำมาสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนในปัจจุบัน

2) สร้างวัตถุดิบเป็นของชุมชน คือ ปัจจุบันกระแสรองเสริมให้ชุมชนพัฒนาสินค้าและบริการตนเอง โดยทางกลุ่มได้ปรึกษາหาหรือได้ซื้อสุรตรงันว่า จะส่งเสริมการเลี้ยงปลาภายใน พร้อมทั้งติดต่อประสานงานให้สำนักงานประมงจังหวัดมาช่วยในการผลิตหัวอาหารปลาเอง ซึ่งนอกจากจะลดต้นทุนการผลิตแล้ว ยังสามารถเกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนแบบครบวงจร ที่สำคัญทำให้ลูกค้ากลุ่มคนที่มีการสั่งซื้อต้องการจะสนับสนุนปลาส้มปัก เพราะการซื้อปลาส้มเท่ากับส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน

3) สร้างเรื่องราวโดนใจ คือ ต้องมีประวัติความเป็นมาที่สร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ไม่ซื้อไม่ได้ เช่น ปลาส้มของกลุ่มได้รับการถ่ายทอดต้นตำรับมาจากบรรพบุรุษสมัยก่อตั้งหมู่บ้านซึ่งอพยพมาจากบ้านโนน ตำบลเมืองคง อำเภอราชสีสไล จังหวัดศรีสะเกษ เมื่อปี พ.ศ. 2470 เป็นสูตรที่ได้การถ่ายทอดมาเป็นระยะเวลา 92 ปี ซึ่งการใส่เรื่องเล่าต้องมีผสมผสานกับประวัติศาสตร์การก่อตั้งชุมชน เพื่อให้เห็นทั้งแหล่งผลิต คน และกระบวนการผลิต ซึ่งเป้าหมายของการใส่เรื่องเล่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่น่าสนใจ

4) ความคิดสร้างสรรค์ คือ การใส่อะไรที่แปลกใหม่ แตกต่าง ต่อยอดจากสิ่งเดิม ทั้งผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สินค้าโดดเด่นตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมในแต่ละช่วงวัยที่ต่างกัน ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นั้นจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ดีมีคุณภาพอีกด้วย

ดังนั้นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าจึงเป็นการผูกโยงกับลูกค้าให้มองเห็นคุณค่าและมูลค่าในสินค้าและบริการ การสร้างมูลค่าเพิ่มจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ไม่น่าเชื่อได้ว่าผลดีเยี่ยม นอกเหนือจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์อันเลอเลิศ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นั่นคือ “เรื่องเล่า” เล่าถึงที่มาที่ไปของสินค้าชิ้นนั้น เล่าให้เห็นสินค้าชิ้นนั้น “ไม่ธรรมดา” (พลชัย เพชรปลอด, 2561, น. 22) การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงการนำคุณค่าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของความเป็นไทยมาสร้างสรรค์จนกลายเป็นการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น



3.2 ยุทธวิธีการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามพัก

การเพิ่มช่องทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามพักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีลูกค้าสั่งซื้อเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าแต่ข้อจำกัดของกลุ่มยังไม่สามารถสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ แม้ปัจจุบันกลุ่มได้สร้างเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ชื่อว่า “ปลาสามตัวบ้านหนองระเวียง” ขึ้นมาเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลสินค้ามากขึ้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าทั้งการถ่ายภาพ และการเคลื่อนไหวข้อมูลของกลุ่มในเพจเฟซบุ๊กจึงทำให้ลูกค้าติดตามน้อยมีเพียง 90 คนเท่านั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ให้ความรู้การถ่ายภาพอาหารให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ภาพมีความสวยงามดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ลูกหลาน ของสมาชิกเข้ามาเรียนรู้ร่วมกันเพื่อดึงศักยภาพของเด็กและเยาวชนมาช่วยในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพสินค้าปลาสามพัก เพราะการถ่ายภาพสินค้ามีส่วนสำคัญในลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มมากขึ้น ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการขายนอกจากจะให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลแล้ว ยังต้องมีภาพที่ชวนให้ตัดสินใจซื้อ ตลอดจนมีการเคลื่อนไหวของสินค้าอย่างต่อเนื่อง วิสาหกิจชุมชนยุคใหม่ต้องรุกเข้าไปหาลูกค้า ไม่ใช่รอรับลูกค้าหน้าเดิมเท่านั้น

3.3 ยุทธวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามพัก

คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียงเห็นตรงกันว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรมปลาสามพักต้องมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตเพิ่มขึ้น เช่น การบรรจุภัณฑ์ ควรเล่าถึงอัตลักษณ์เรื่องราว (Storytelling) ของปลาสามพัก เพื่อให้ลูกค้าได้มองเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์นอกจากนี้ ควรใส่สโลแกนของกลุ่มลงในบรรจุภัณฑ์เพิ่ม “สะอาด ปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค” ซึ่งเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญถึงมาตรฐานของผู้บริโภค ตลอดจนกลุ่มต้องมีการบรรจุภัณฑ์ที่น่าดึงดูดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนำมาใช้มากขึ้นดังเช่น ปลาสามพัก มีการนำใบกล้วยมาบรรจุหีบห่อสำหรับปลาสามตัว ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยงการใช้ถุงพลาสติก และควรหาวัตถุดิบจากธรรมชาติมาทดแทน

อภิปรายผลการวิจัย

การเพิ่มมูลค่ามีอิทธิพลต่อการตลาดอย่างยั่งยืนของสินค้าทางวัฒนธรรม เนื่องจากผู้ประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า โดยการออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการสร้างความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้สินค้าและได้รับคุณค่าทางจิตใจจากสินค้า โดยประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการเพิ่มมูลค่า คือ ประโยชน์จากการใช้สอยของสินค้า (Functional benefit) และประโยชน์ทางด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotional benefit) (อวิสตา ปกมนตรี และ สุดาวรรณ สมใจ, 2561, น. 78) หัวใจสำคัญกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องรักษาความสมดุล

ระหว่างภูมิปัญญาและการก่อให้เกิดรายได้ที่สมดุล เพียงพอให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม ตลอดจนสร้าง การตลาดที่หลากหลายช่องทาง เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงข้อมูลและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ยุทธวิธีที่สำคัญในการสร้างการตลาด คือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐานเช่น ได้รับมาตรฐานรองรับจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อให้ กลุ่มลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในความสะอาดและปลอดภัย พร้อมทั้งมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นอีกด้วย 2) วิธีการขยายการตลาด หรือ กลุ่มลูกค้าใหม่ โดยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้า เช่น การจัดทำช่องทางการ ขายออนไลน์ ทั้ง เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก (Page Facebook) และ ไลน์ (Line) ปัจจุบันมีลูกค้าจำนวนมาก ที่สั่งซื้อสินค้าผ่านเฟซ เฟซบุ๊ก และ ไลน์ การใช้การประชาสัมพันธ์ออนไลน์นอกจากจะไม่เสียค่าใช้จ่ายแล้ว ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย การขับเคลื่อนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักได้สร้างความร่วมมือกันระหว่างรัฐกับประชาชน การ พัฒนาชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ไม่ปล่อยให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว เพราะทั้งรัฐบาลและประชาชนในชุมชนต่างมีข้อจำกัด ไม่สามารถดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพได้เต็มที่ การร่วมมือระหว่างรัฐบาลและประชาชนนี้ ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการช่วยเหลือตัวเอง การใช้ทรัพยากรในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการสนับสนุนส่งเสริมของรัฐบาลอย่างเหมาะสมเป็นสำคัญ (สนธยา พลศรี, 2556, น. 200) การพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟัก จึงสอดคล้องกับการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดหลัก ในการพัฒนาประเทศ ดังพระราชดำรัสของสมเด็จพระปรมินทรมหภูมิพลอดุลยเดช ตอนหนึ่งว่า

“การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนเป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตาม หลักวิชา เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความ เจริญและฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป หากมุ่งแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ยกฐานะทางเศรษฐกิจขั้นได้รวดเร็วแต่ประการเดียว โดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับ สภาวะของประเทศ และของประชาชนโดยสอดคล้องด้วย จะเกิดความไม่สมดุลในเรื่อง ต่าง ๆ ได้ ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวในที่สุด”

จากพระราชดำรัสดังกล่าวจึงเป็นการสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นการสร้างความ เข้มแข็งภายในท้องถิ่นให้พึ่งพาตนเองนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตามแนวทาง “ผลิตได้ ขายเป็น เน้นคุณภาพ” ตรงตามแนวทางการขับเคลื่อนประเทศไทยในยุค 4.0 ที่มีเป้าหมายเพื่อหลุดพ้น 3 กบดัก โดยปรับเปลี่ยนกลไกการขับเคลื่อนเติบโตชุดใหม่ (New Growth Engines) เพื่อเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ “ประเทศในโลกรุ่นที่หนึ่ง” ภายในปี 2575

1. หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ด้วยการสร้างความมั่งคั่งผ่าน กลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Competitive Growth Engines) เพื่อก้าวสู่ประเทศที่มีรายได้สูง โดยเปลี่ยนจาก “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก”



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

2. หลุดพ้นจากกับดักความเหลื่อมล้ำ ด้วยการสร้างความมั่นคงผ่าน กลไกการกระจายรายได้ โอกาสและความมั่งคั่งอย่างเท่าเทียม (Inclusive Growth Engine) โดยเน้นการปรับเปลี่ยนจากความ มั่งคั่งที่กระจุกเป็นความมั่งคั่งที่กระจาย ด้วยหลักคิดที่ว่า “เราจะเดินหน้าไปด้วยกัน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง”

3. หลุดพ้นจากกับดักความไม่สมดุล ด้วยการสร้างความยั่งยืนผ่าน กลไกการพัฒนาที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth Engine) ปรับเปลี่ยนจากการพัฒนาที่ไม่สมดุลสู่ “การพัฒนาที่สมดุล” (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2560, น. 13-14)

ดังนั้นการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนต้องส่งเสริม สนับสนุนให้น้องคความรูภูมิปัญญา และวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งนี้การพัฒนาดิที่ไม่ใช่ ปลอ่ยใช้ชุมชนพัฒนาเพียงลำพัง แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรเข้ามาให้ความช่วย เหลือทั้งบุคลากร การฝึกอบรม ตลอดจนการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ด้วย ซึ่งข้อค้นพบตัวชี้วัดที่โดดเด่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาสามฟักมี 3 ประการ คือ 1) การมีส่วนร่วมของกลุ่มที่สามารถพึ่งตนเองได้ 2) มี เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม 3) มีการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้ง 3 ประการ จึง เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญต่อการปรับตัว เรียนรู้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยยุค 4.0 ที่มุ่งเน้น การพัฒนาสินค้าจากฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). *Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการบรรยาย.
- กัลยาณมิตร นรรัตน์พุทธิ. (2562). วัฒนธรรมคุณค่าสู่มูลค่า. *วารสารวัฒนธรรม*, 57 (4), 3-17
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2549). *การคิดเชิงกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ชัคเชส มีเดีย.
- _____. (2561). พลังวัฒนธรรม พลังการขับเคลื่อนประเทศไทย. *วารสารวิจัย วัฒนธรรม*, 1 (1), 1-19.
- ณรงค์ชัย อัครเศรณี. (2553). *กระตุกต่อมคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานบริหารและพัฒนา องค์ความรู้ (องค์การมหาชน).
- พลชัย เพชรปลอด. (2561). *เต็มใจ...ใส่ธุรกิจ พลังของเรื่องเล่า*. มติชนเส้นทางเศรษฐกิจ, 24 (433 เดือนตุลาคม 2561), 22.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). *แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา พลศรี. (2556). *การพัฒนาความสามารถของบุคคลและกลุ่ม*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สมเกียรติ สุกุลสุรเอกพงศ์. (2559). มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการในกิจการเพื่อสังคม. *วารสารการ จัดการ (WMS Journal of Management) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 5 (3), 46-56.

- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี่. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10 (4), 62-85.
- เสรี พงศ์พิศ. (2546). *วิถีคิด วิธีทำ แผนชีวิต เศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : ภูมิปัญญาไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *คู่มือการปฏิบัติสำหรับ Primary GMP*. กรุงเทพฯ : สำนักงานอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.
- อวิสดา ปกมนตรี และ สุดาวรรณ สมใจ. (2561). การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาขีดความสามารถ และปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตลาดอย่างยั่งยืนของสินค้าพรีเมียมโอท็อปจากผักตบชวา. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 7 (2), 68-80.
- อุทิศ ทาทอม และคณะ. (2561). รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารพัฒนาสังคม*, 20 (2), 70-96.
- Sungsuwan T. (2561 : 6). Creative Tourism in Koh Samed: The Answer for Sustainable Tourism?. *NIDA Case Research Journal*, 2 (9), 1-18.

แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์

อารีรัตน์ สมานคุณณี¹ / ปิยะวรา พานิชวิทิตกุล² / ดาระณี สุรินทร์เสรี³

¹ อาจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

² อาจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

อีเมล : areerat_saman@hotmail.com

รับต้นฉบับ 30 พฤษภาคม 2564; ปรับแก้ไข 15 มิถุนายน 2564; รับผิดชอบ 28 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ 2) คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 และ 3) แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 ราย ได้แก่ หัวหน้าสำนักงานบัญชี หรือหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือกรรมการจากสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชี คุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์มีคุณสมบัติและคุณลักษณะคุณภาพครบทั้ง 7 องค์ประกอบ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย ความรับผิดชอบของผู้บริหาร ข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติงาน การติดตามตรวจสอบ และการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี โดยมีแนวทางในการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชี คุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ คือ 1) ปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี 2) ลดค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชี 3) สร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี คุณภาพ 4) จัดตั้งหน่วยงานคุณภาพระดับจังหวัด

คำสำคัญ

แนวทางการส่งเสริมสำหรับสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีคุณภาพ

Promotion Guidelines for Accounting Firms to be Qualified Accounting Firms in Surin Province

Areerat Samandusanee¹ / Peevara Parnitvitidkun² / Daranee Surintaraseree³

¹ Lecturer, Surindra Rajabhat University

² Lecturer, Surindra Rajabhat University

³ Assistant Professor, Surindra Rajabhat University

E-mail : areerat_saman@hotmail.com

Received 30 May 2021; Accepted 12 June 2021; Published 28 June 2021

Abstract

This research aims to study 1) required qualifications of accounting firms in Surin Province, 2) qualified characteristics of accounting firms in Surin Province according to Notification of the Department of Business Development Re: Rules and Conditions for Certifying the Quality of Accounting Firms B.E. 2558 (2015), and 3) promotion guidelines for accounting firms to be a qualified accounting firms in Surin Province. A structured interview was used in the study. Data received from 11 key informants including a head, a managing partner, or a director of accounting firms in Surin Province to promote guidelines for accounting firms to be a qualified accounting firms in Surin Province. The research results showed that the required qualifications and qualified characteristics of Surin accounting firms compose of 7 features in the Notification of the Department of Business Development Re: Rules and Conditions including: head of office's responsibilities, ethical regulation, customer related procedure, resource management, operations, monitoring, and documentation of accounting firms. Promotion guidelines for accounting firms to be a qualified accounting firms in Surin Province are: 1) to revise rules and conditions for certifying the quality of accounting firms, 2) to reduce expenditure of quality assessment, 3) to create positive image of qualified accounting firms, and 4) to establish a provincial government agency for supporting qualified accounting firms.

Keywords:

Promotion Guidelines for Accounting Firms, Qualified Accounting Firms



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 บัญญัติให้ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย กิจกรรมร่วมค้าตามประมวลรัษฎากร รวมถึงบุคคลธรรมดาหรือห้างหุ้นส่วนที่มีได้จดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทยตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี จะต้องจัดให้มีการทำบัญชีสำหรับการประกอบธุรกิจ โดยผู้มีหน้าที่ดังกล่าวจะต้องจัดให้มีผู้ทำบัญชี ซึ่งเป็น ผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีกำหนดเพื่อจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี มีหน้าที่ควบคุมดูแลผู้ทำบัญชีให้จัดทำบัญชีให้ตรงต่อความเป็นจริงและถูกต้องตามกฎหมาย โดยผู้มีหน้าที่ในการจัดทำบัญชีดังกล่าว อาจจะจัดทำบัญชีของกิจการเองโดยการว่าจ้างพนักงานที่มีคุณสมบัติตามกฎหมายเป็นผู้ทำบัญชีประจำของกิจการ หรืออาจใช้บริการจากสำนักงานบัญชีภายนอกเพื่อจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายก็ได้ นอกจากนี้ที่จัดทำบัญชี ตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 แล้ว กิจการยังมีหน้าที่ตามประมวลรัษฎากรและกฎหมายภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการ ยื่นแบบแสดงรายการเพื่อการเสียภาษีอากรแต่ละประเภท รวมถึงต้องมีหน้าที่จัดทำเอกสารตามที่กฎหมายกำหนดด้วย

นอกจากการทำบัญชีจะเป็นสิ่งที่กิจการต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายแล้ว การทำบัญชียังเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ต่อทุก ๆ กิจการและเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการสามารถใช้อ้างอิงข้อมูลทางการเงินจากงบการเงินเพื่อประกอบการวางแผน ควบคุม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจตนได้ เพื่อให้สามารถปรับตัวได้อย่างทันท่วงทีและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ (ปัญญา อิศระวรวิมล, 2561, น. 1) จากการสำรวจเบื้องต้นของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564) พบว่า นิติบุคคลจำนวนมากใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีและงบการเงิน ทั้งนี้เพราะกิจการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าการจ้างพนักงานบัญชีประจำ รวมทั้งสำนักงานบัญชีมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในวิชาชีพ ทำให้สามารถจัดทำบัญชีได้ถูกต้องครบถ้วนตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและกฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งงานวิจัยของแสงระวี อยู่ทอง (2556) แสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของสำนักงานบัญชี คือ การจัดทำบัญชี การนำเสนองบการเงินได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและทันตามกำหนดเวลา ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จากข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ประจำปี 2563 แสดงให้เห็นข้อมูลของจังหวัดสุรินทร์ว่ามีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 3,203 ราย มีทุนจดทะเบียน 21,048.73 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) ข้อมูลดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าสำนักงานบัญชีมีบทบาทที่สำคัญต่อการจัดทำบัญชีของกิจการ ส่งเสริมให้กิจการจัดทำงบการเงินได้อย่างครบถ้วนถูกต้องตามกฎหมายและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ส่งผลให้กิจการสามารถนำส่งงบการเงินต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พร้อมทั้งนำส่งงบการเงินประกอบการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลประจำปี

ต่อกรมสรรพากรได้ตามเวลาที่กำหนด ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

ดังนั้นกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมให้กิจการมีการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย จึงให้ความสำคัญในการยกระดับมาตรฐานสำนักงานบัญชีของไทย ส่งเสริมและสนับสนุนให้สำนักงานบัญชีปฏิบัติงานอย่างมีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน ได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ซึ่งประยุกต์มาจากการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสากล 1 (International Standard on Quality Control 1 : ISQC 1) และมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001) เพื่อให้เกิดสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพขึ้น เป็นการสร้างทางเลือกให้กิจการได้มีโอกาสใช้บริการ จากสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพ จึงเกิดโครงการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี โดยข้อกำหนดการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีในประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 ได้กำหนดตัวชี้วัดระบบคุณภาพสำนักงานบัญชี ประกอบด้วย 1) ความรับผิดชอบของผู้บริหารของสำนักงานบัญชี 2) ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี 3) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี 4) การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี 5) การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี 6) การติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี และ 7) การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558) โดยปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้สำนักงานบัญชีมีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าต่อไป

การยื่นขอหนังสือรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า นั้น สำนักงานบัญชีต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ประกอบกิจการด้านการจัดทำบัญชีมาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี 2) รับทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี โดยแบ่งตามขนาด คือ (ก) ขนาดเล็ก ตั้งแต่ 15 – 29 ราย (ข) ขนาดกลาง ตั้งแต่ 30 – 49 ราย (ค) ขนาดใหญ่ ตั้งแต่ 50 รายขึ้นไป 3) หัวหน้าสำนักงานที่ปฏิบัติงานเต็มเวลา มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่าที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรอง มีประสบการณ์ด้านการจัดทำบัญชีไม่น้อยกว่า 5 ปี และต้องแจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าไว้แล้ว 4) มีผู้ช่วยทำบัญชีที่ปฏิบัติงานเต็มเวลา มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่าที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรองอย่างน้อย 1 คน 5) มีเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร และ 6) ในกรณีที่สำนักงานบัญชีจัดตั้งในรูปคณะบุคคลหรือนิติบุคคล ผู้เป็นเจ้าของ ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือกรรมการ แล้วแต่กรณี ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านการให้บริการรับทำบัญชี ต้องมีคุณสมบัติตามข้อ 3) ด้วย หลังจากสำนักงานบัญชีผ่านขั้นตอนการตรวจประเมินคุณภาพตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีแล้ว จะได้รับสิทธิประโยชน์ ดังนี้ 1) ได้รับหนังสือรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีกำหนดอายุ 3 ปี 2) ได้รับการเผยแพร่ชื่อและที่ตั้งของสำนักงานบัญชีให้สาธารณชนทราบ โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นต้น การที่สำนักงานบัญชีได้ผ่านการรับรองคุณภาพเท่ากับการรับรองเบื้องต้นว่าสำนักงานบัญชื่อนั้นมีมาตรฐานการทำงานที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นแก่ผู้ที่สนใจจะใช้บริการ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสำนักงานบัญชีคุณภาพ ในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ข้อบังคับของกฎหมาย มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และประกาศของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่ผ่านมา และข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 พบว่า ประเทศไทยมีสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนรับทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีจำนวน 4,084 ราย ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพจำนวน 165 ราย โดยในจังหวัดสุรินทร์มีสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนรับทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 12 ราย มีสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ จำนวน 1 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) รวมถึงประโยชน์ที่สำนักงานบัญชีและผู้ให้บริการจากสำนักงานบัญชีจะได้รับจากการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี จึงเป็นที่มาของงานวิจัยในครั้งนี้ ที่ต้องการศึกษาแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์
2. ศึกษาคุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558
3. ศึกษาแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้กำหนดเนื้อหาการศึกษาตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไข การรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์
2. ด้านระยะเวลา ระยะเวลาดำเนินการวิจัยครั้งนี้ จัดทำในระหว่างเดือน มกราคม – เมษายน 2564
3. ด้านพื้นที่ พื้นที่ใช้ในการวิจัย คือ สำนักงานบัญชีที่ดำเนินกิจการในจังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการนำเสนอ

ผลการวิจัย

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทำการศึกษาศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานบัญชีคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชี ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์ขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของสำนักงานบัญชี คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 ความคิดเห็นของสำนักงานบัญชีต่อการขอรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสำนักงานบัญชีคุณภาพ จำนวน 3 ท่าน นำมาทำการปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ แล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง และนำไปสัมภาษณ์สำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนรับทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 3 ราย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความหมาย ภาษาที่ใช้และความสมบูรณ์ของข้อคำถาม

3. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย (Key Informants) คือ หัวหน้าสำนักงานบัญชี หรือ หน่วยงานผู้จัดการ หรือกรรมการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามรายชื่อที่จดทะเบียนรับทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 12 ราย แต่เนื่องจาก มีสำนักงานบัญชี จำนวน 1 ราย เลิกประกอบกิจการแล้ว ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 ราย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นที่ศึกษา ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติของสำนักงานบัญชีและคุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่สะท้อนถึงแนวทาง การส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ จากนั้นนำมาเรียบเรียงและนำเสนอผลการวิจัย ในรูปแบบการพรรณนา



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามรายชื่อที่จดทะเบียนรับทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 11 ราย ณ สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัย ด้านคุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 และแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

1. คุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาคุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ 11 ราย พบว่า 1) สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ประกอบกิจการสำนักงานบัญชีมาแล้ว 21 ปีขึ้นไป โดยสำนักงานบัญชีทุกรายให้บริการจัดทำบัญชีเพื่อการเสียภาษี และให้บริการจัดทำแบบภาษีและยื่นแบบภาษี สำนักงานบัญชีบางรายมีบริการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร การจดทะเบียนธุรกิจ การตรวจสอบบัญชีและการวางระบบบัญชีด้วย 2) สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้า ตั้งแต่ 50 รายขึ้นไป 3) หัวหน้าสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาทางการบัญชีระดับปริญญาตรีที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรอง มีประสบการณ์ด้านการจัดทำบัญชี มาแล้วมากกว่า 5 ปี ปฏิบัติงานเต็มเวลา และแจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 4) สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ มีผู้ช่วยทำบัญชี 4 คนขึ้นไป มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีทางการบัญชีที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรอง และปฏิบัติงานเต็มเวลาทุกคน 5) สำนักงานบัญชีทุกราย มีเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร และ 6) สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่จัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัด

2. คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558

คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ เมื่อพิจารณาจากการปฏิบัติตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 สำนักงานบัญชีทุกรายมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ครบทั้ง 7 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบของผู้บริหารสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและการนำระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไปปฏิบัติ รวมทั้งมีการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสื่อสารภายในสำนักงานบัญชีถึงความสำคัญในการดำเนินการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ในด้านการจัดทำบัญชี จรรยาบรรณ ความต้องการของลูกค้า กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี มีการกำหนดนโยบายคุณภาพ การจัดทำแผนธุรกิจ ติดตามตรวจสอบ และการจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ 2) การให้ความ

สำคัญแก่ลูกค้า 3) นโยบายคุณภาพ ผู้บริหารระดับสูงต้องทำให้มั่นใจว่านโยบายคุณภาพมีความเหมาะสมกับจุดประสงค์ของสำนักงานบัญชี มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และจรรยาบรรณ และปรับปรุงประสิทธิผลของระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนธุรกิจ และได้มีการสื่อสารและเป็นที่เข้าใจภายในสำนักงานบัญชี รวมทั้งได้มีการทบทวนให้เหมาะสมตลอดเวลา 4) การวางแผนธุรกิจ ได้มีการกำหนดและจัดทำแผนธุรกิจ และแผนการเงินประจำปี เป็นลายลักษณ์อักษร 5) ความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการสื่อสาร ได้มีการกำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ มีการสื่อสารภายในอย่างเหมาะสม และมีการทบทวนการบริหารอย่างสม่ำเสมอ และ 6) มีการให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านการกำกับดูแลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐสู่ลูกค้า

องค์ประกอบที่ 2 ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน พบว่าสำนักงานบัญชี 1) มีความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 2) มีความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน 3) มีการรักษาความลับ 4) มีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ 5) มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคล หรือนิติบุคคล ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ และ 6) มีความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป

องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) มีหลักเกณฑ์ในการ คัดค่าธรรมเนียม 2) มีการจัดทำสัญญาที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากลูกค้า 3) มีกำหนดเวลาจัดเก็บค่าธรรมเนียมชัดเจน 4) มีการออกหลักฐานการรับเงินให้ลูกค้าทุกครั้ง 5) มีการดำเนินการให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย 6) มีหลักฐานการรับมอบ และส่งมอบทรัพย์สิน

องค์ประกอบที่ 4 การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ มีการจัดหาและบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำบัญชี เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดระเบียบในสถานที่ทำงานเพื่อก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดีปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่สูงขึ้น 2) ด้านทรัพยากรบุคคล บุคลากรมีความรู้ความสามารถตามตำแหน่งงาน มีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี มีการชี้แจง และอบรมก่อนเริ่มการปฏิบัติงาน บุคลากรได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมตามข้อกำหนดของกฎหมาย ได้รับการสื่อสารและเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดี และมีมาตรการควบคุมผู้ทำบัญชีภายนอก

องค์ประกอบที่ 5 การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) มีการจัดทำบัญชีถูกต้อง เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด 2) มีคู่มือการปฏิบัติงาน 3) มีการชี้แจงวัตถุประสงค์ 4) จัดให้มีการกำกับดูแลความคืบหน้าของงาน 5) มีการแต่งตั้งและมอบหมายให้มีการทบทวนผลงาน

องค์ประกอบที่ 6 การติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) มีกระบวนการในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของตนเองตามช่วงเวลาที่เหมาะสม 2) ต้องดำเนินการวิเคราะห์หาสาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา 3) มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า 4) มีการบันทึกผลการดำเนินการและเก็บรักษาไว้

องค์ประกอบที่ 7 การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี พบว่าสำนักงานบัญชี 1) มีการติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพให้เป็นปัจจุบัน 2) มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและของตนเองในลักษณะที่ป้องกันความเสียหาย สูญหายหรือเสื่อมสภาพ และกำหนดระยะเวลาจัดเก็บตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 3) มีการเก็บข้อมูลในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการสำรองข้อมูลตามรอบระยะเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

3. แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์

หลังการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง 11 ราย สามารถสรุปได้ว่า สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ให้ความสนใจการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 แต่ยังไม่พร้อมยื่นขอการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ทั้งนี้ มีสำนักงานบัญชีเพียง 1 รายเท่านั้น ที่ยื่นขอการรับรองและผ่านเกณฑ์การประเมินเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ โดยผลการวิเคราะห์ สามารถสรุปสาเหตุได้ ดังนี้

1. ขั้นตอนกระบวนการประเมินคุณภาพสำนักงานมีความยุ่งยาก และเป็นการเพิ่มภาระงานให้แก่สำนักงานบัญชี เช่น สำนักงานบัญชีต้องจัดทำเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการขอรับรองคุณภาพเป็นจำนวนมาก เป็นต้น นอกจากนี้สำนักงานบัญชีบางรายมีความไม่พร้อมด้านสถานที่ พื้นที่สำนักงานมีขนาดเล็กและคับแคบ ทำให้เกิดปัญหาการจัดการและจัดเก็บเอกสารตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพ
2. ต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้น จากภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพครั้งแรกและค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพรายปี สำหรับปีที่ 2 และ 3 แต่สำนักงานบัญชีไม่สามารถนำไปเพิ่มอัตราค่าบริการได้ เนื่องจากลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการในต่างจังหวัดนั้น ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยการพิจารณาจากอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า
3. การเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือมูลค่าเพิ่มต่อสำนักงานบัญชีที่อยู่ในต่างจังหวัด เพราะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ลูกค้าของสำนักงานบัญชีโดยส่วนใหญ่จะมีความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ จากการใช้บริการมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน เมื่อลูกค้ามีการประกอบธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้นจึงยังคงมีความมั่นใจต่อการให้บริการของสำนักงานบัญชีรายเดิมโดยมิได้พิจารณาว่าเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพหรือไม่ รวมทั้งสำนักงานบัญชีแต่ละรายต่างก็มีปริมาณลูกค้าเป็นจำนวนมากอยู่แล้วจึงมิได้ให้ความสำคัญกับการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ
4. สำนักงานบัญชีบางรายยังไม่เข้าใจกระบวนการ หรือมีปัญหาในการปฏิบัติตามมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์สนใจเข้าร่วมเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพเพิ่มขึ้น การวิจัยครั้งนี้ จึงเสนอแนวทางการส่งเสริม ดังนี้

1. การปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี กรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่กำกับดูแล ควรทบทวนข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีที่เป็นอุปสรรค เช่น การลดขั้นตอนประเมินคุณภาพที่ไม่ก่อให้เกิด

การสร้างคุณค่าของงานและไม่เพิ่มภาระงาน เพื่อให้สำนักงานบัญชีที่ประกอบกิจการในประเทศไทยสามารถยกระดับการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพที่มุ่งสู่การให้บริการทางด้านบัญชี ที่มีมาตรฐานในระดับประเทศและระดับสากล

2. การลดค่าใช้จ่าย กรมพัฒนาธุรกิจการค้าควรลดหรือยกเว้นค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพลง เพื่อเป็นการลดภาระด้านต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพไม่ว่าจะเป็นการลดภาระด้านต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพครั้งแรกหรือรายปีถัดไป เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเข้าสู่สำนักงานบัญชีคุณภาพและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านอัตราค่าบริการได้

3. การสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของผู้ใช้บริการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าในระยะยาว กรมพัฒนาธุรกิจการค้าควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อให้สำนักงานบัญชีและผู้ให้บริการได้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของสำนักงานบัญชีคุณภาพที่มีมากกว่าสำนักงานบัญชี ทั่วไป

4. การจัดตั้งหน่วยงานคุณภาพระดับจังหวัด กรมพัฒนาธุรกิจการค้าควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานบัญชีคุณภาพในระดับจังหวัด เพื่อเป็นช่องทางในการให้ความรู้ ความเข้าใจ คำแนะนำปรึกษา และตอบข้อสงสัยของสำนักงานบัญชีเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการในการประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชีได้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น เช่น การอธิบายวิธีการจัดทำมือขึ้นตอนการดำเนินงาน การช่วยประสานงานกับหน่วยงานทางวิชาชีพบัญชีอื่น ๆ ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์ อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. คุณสมบัติของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์

สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ทุกรายมีคุณสมบัติครบตามหลักเกณฑ์และมีสิทธิยื่นขอรับการประเมินคุณภาพ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 ได้ ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ประกอบกิจการด้านการจัดทำบัญชีมาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี 2) รับทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี โดยแบ่งตามขนาด คือ (ก) ขนาดเล็ก ตั้งแต่ 15 – 29 ราย (ข) ขนาดกลาง ตั้งแต่ 30 – 49 ราย (ค) ขนาดใหญ่ ตั้งแต่ 50 รายขึ้นไป 3) หัวหน้าสำนักงานที่ปฏิบัติงานเต็มเวลา มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่า ที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรอง มีประสบการณ์ด้านการจัดทำบัญชีไม่น้อยกว่า 5 ปี และต้องแจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าไว้แล้ว 4) มีผู้ช่วยทำบัญชีปฏิบัติงานเต็มเวลา คุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่าที่สภาวิชาชีพบัญชี รับรองอย่างน้อย 1 คน 5) มีเลขประจำ



ตัวผู้เสียภาษีอากร และ 6) ในกรณีที่สำนักงานบัญชีจัดตั้งในรูปคณะบุคคล หรือนิติบุคคล ผู้เป็นเจ้าของ ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือกรรมการ แล้วแต่กรณี ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านการให้บริการรับทำบัญชี ต้องมีคุณสมบัติตามข้อ 3) ด้วย

2. คุณลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ ตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558

ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 กำหนดองค์ประกอบของระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไว้ 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความรับผิดชอบของผู้บริหาร 2) ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ 3) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า 4) การจัดการทรัพยากร 5) การปฏิบัติงาน 6) การติดตาม ตรวจสอบ และ 7) การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี พบว่า สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ทุกรายมีคุณลักษณะคุณภาพ ตามเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ครบทั้ง 7 องค์ประกอบ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บริการจากสำนักงานบัญชีมีความมั่นใจในคุณภาพของบริการที่ได้รับ เพราะการบริหารสำนักงานบัญชีและการปฏิบัติงานของบุคลากรมีคุณภาพ และทำให้ศักยภาพของสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสากล 1 ที่เป็นระบบการควบคุมคุณภาพของสำนักงาน สอบบัญชี ทำให้งานสอบบัญชีมีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ความรับผิดชอบของผู้นำต่อคุณภาพในสำนักงานบัญชี 2) ข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง 3) การตอบรับงานสอบบัญชี 4) ทรัพยากรบุคคล 5) การปฏิบัติงาน และ 6) การติดตามผล และมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ความสำคัญ เพื่อความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ และควมมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กร ทำให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าและบริการ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ มณีมัย และคณะ (2559) ที่อธิบายถึงองค์ประกอบโดยรวมของสำนักงานบัญชีไทย มีผลการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านการควบคุมคุณภาพ ตามลำดับดังนี้ 1) ด้านข้อกำหนดทางจรรยาบรรณ 2) ด้านการจัดการเอกสาร 3) ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า 4) ด้านการปฏิบัติงาน 5) ด้านการจัดการทรัพยากร 6) ด้านการติดตามตรวจสอบ และ 7) ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์ (2559) ที่ผู้บริหารและพนักงานบัญชีมีความเห็นตรงกัน ในเรื่องข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี ความรับผิดชอบของผู้บริหารของสำนักงานบัญชี การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และการติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี ล้วนเป็นคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณาสรชวย (2558) จากมุมมองของผู้เข้าใช้บริการสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี การบริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี การติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี นอกจากนี้งานวิจัยของธรรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข

(2561) ได้นำเสนอปัจจัยระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพจากมุมมองของผู้ให้บริการ ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบของหัวหน้าสำนักงาน ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ด้านการติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี และด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยในครั้งนี

เมื่อพิจารณาจากแต่ละองค์ประกอบ มีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบต่อผู้บริหารสำนักงานบัญชี ผู้บริหารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผลักดันสำนักงานบัญชี ให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารที่เห็นความสำคัญของคุณภาพก็จะเป็นแบบอย่างให้บุคลากรในสำนักงานปฏิบัติตาม ผู้บริหารจึงมีบทบาทสำคัญในการรับผิดชอบต่อระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชี ดังนั้นต้องมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและนำระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไปปฏิบัติ รวมทั้งมีการปรับปรุงประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสื่อสารภายในสำนักงานบัญชีถึงความสำคัญในการดำเนินการตามมาตรฐานการบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี จรรยาบรรณ ความต้องการของลูกค้า กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี มีการกำหนดนโยบายคุณภาพ การจัดทำแผนธุรกิจ ติดตามตรวจสอบ จัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ การให้ความสำคัญแก่ลูกค้า นโยบายคุณภาพที่เหมาะสมกับจุดประสงค์ของสำนักงานบัญชี มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย มาตรฐานการบัญชี และจรรยาบรรณ และปรับปรุงประสิทธิผลของระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนธุรกิจ และได้มีการสื่อสารเป็นที่เข้าใจภายในสำนักงานบัญชี รวมทั้งได้มีการทบทวนให้เหมาะสมตลอดเวลา มีการกำหนดและจัดทำแผนธุรกิจ และแผนการเงินประจำปีเป็นลายลักษณ์อักษร มีการกำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ มีการสื่อสารภายในอย่างเหมาะสม และมีการทบทวนการบริหารอย่างสม่ำเสมอ มีการให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านการกำกับดูแลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐสู่ลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ มณีนิยม และคณะ (2559) ที่เสนอว่า ผู้บริหารสำนักงานบัญชีระดับสูงจะมุ่งเน้นความสำคัญด้านนโยบายคุณภาพและกระบวนการควบคุมคุณภาพด้านต่าง ๆ ขณะที่ผู้บริหาร ระดับรองจะเน้นความสำคัญกับคุณภาพการปฏิบัติงาน

องค์ประกอบที่ 2 ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ สำนักงานบัญชีจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ว่าด้วย จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานการประพฤติตน และต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อรักษาไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์ศรีในคุณค่าแห่งวิชาชีพ ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ ความศรัทธาของผู้รับบริการและสังคม ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ความรู้ความสามารถ ความเอาใจใส่และการรักษา มาตรฐานในการปฏิบัติงาน การรักษาความลับ พฤติกรรมทางวิชาชีพ และความโปร่งใส หากสำนักงานบัญชีประพฤติผิดจรรยาบรรณ มีการกำหนดโทษไว้เป็น 4 ระดับ คือ ตักเตือนเป็นหนังสือ ภาคทัณฑ์ พักใช้ใบอนุญาต และเพิกถอนใบอนุญาต ซึ่งงานวิจัยของอมรรากรณ์ รัตนตรียานภาพ (2559) พบว่า



ปัญหาการควบคุมคุณภาพสำนักงานบัญชี ในด้านจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง มีปัญหาในระดับมาก

องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องสร้างความเชื่อมั่นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชี จึงต้องมีหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียม มีการจัดทำสัญญาที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากลูกค้า มีกำหนดเวลาจัดเก็บค่าธรรมเนียมชัดเจน มีการออกหลักฐานการรับเงินให้ลูกค้าทุกครั้ง มีการดำเนินการให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย มีหลักฐานการรับมอบและส่งมอบทรัพย์สิน จากงานวิจัยของอนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ (2563) พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้า มีผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี ในจังหวัดลำปางมากที่สุด และงานวิจัยของโสภณาพรณ ไชยพัฒน์ (2560) พบว่า คุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ด้านการสนองตอบต่อลูกค้า ประกอบด้วย การดำเนินงานตามข้อตกลงในสัญญา การทบทวนผลงานและการปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบให้ลูกค้า และการกำกับดูแลความคืบหน้าของงาน ด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่เกิดปัญหาซ้ำเติม การมีหลักฐานการรับเงินค่าธรรมเนียมสอดคล้องกับข้อตกลงในสัญญา และการมีระบบติดตามงานที่ได้รับจากลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ประกอบด้วย การปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานครบถ้วน การรักษาความลับของลูกค้า การแจ้งยกเลิกการปฏิบัติงานให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าในเวลาที่เหมาะสม มีวิธีปฏิบัติในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติงานที่ตกลงไว้กับลูกค้า

องค์ประกอบที่ 4 การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี เพื่อให้การบริการของสำนักงานบัญชีมีคุณภาพ สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดหาและบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำบัญชี เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดระเบียบในสถานที่ทำงาน เพื่อก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดี ปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่สูงขึ้น สำหรับด้านทรัพยากรบุคคลนั้น สำนักงานบัญชีต้องจัดหาบุคลากรมีความรู้ความสามารถตามตำแหน่งงาน มีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 มีการชี้แจงและอบรมก่อนเริ่มการปฏิบัติงาน บุคลากรได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมตามข้อกำหนดของกฎหมาย บุคลากรได้รับการสื่อสาร และเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดี รวมถึงมีมาตรการควบคุมผู้ทำบัญชีภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานกับสำนักงานบัญชีด้วย งานวิจัยของโสภณาพรณ ไชยพัฒน์ (2560) กล่าวถึงคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ด้านการดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ประกอบด้วย การพิจารณาความรู้ความสามารถของผู้ทำบัญชีที่สอดคล้องกับธุรกิจของลูกค้า การขอคำแนะนำหรือใช้ผลงานจากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่ผู้ทำบัญชีไม่แน่ใจ และการรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ประกอบด้วย การมีผู้ทำบัญชี ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง การมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดทำบัญชีเพียงพอ และการมีพื้นที่ปฏิบัติงานที่เป็นระเบียบ

องค์ประกอบที่ 5 การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี เพื่อให้ความมั่นใจว่าสำนักงานบัญชีจะมีการปฏิบัติงานให้ได้คุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดทำบัญชีถูกต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด สำนักงานบัญชีต้องจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน มีการชี้แจงวัตถุประสงค์ จัดให้มีการกำกับดูแลความ

คืบหน้าของงาน มีการแต่งตั้งและมอบหมายให้มีการทบทวนผลงาน จากงานวิจัยของกมลวิช วงศ์สายพรชนก ทองลาด และไพฑูรย์ อินตะขันธ์ (2562) พบว่า การมุ่งเน้นจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ส่งผลกระทบทางบวกต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย เนื่องจากผู้บริหารสำนักงานบัญชีคุณภาพมีความมุ่งมั่นและตั้งใจนำระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพ มีการปรับปรุงระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง กำหนดนโยบายการบริหาร การจัดทำแผนปฏิบัติงาน การจัดสรรทรัพยากร อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่สะดวกแก่การปฏิบัติงาน การกำหนดความรับผิดชอบต่ออำนาจหน้าที่แก่บุคลากร โดยปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและอยู่ภายใต้กรอบจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ปฏิบัติงานทางการบัญชีด้วยความเที่ยงธรรม ซื่อสัตย์สุจริต บุคลากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญ ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ข้อมูลรายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นจึงมีความถูกต้องเชื่อถือได้และมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจอย่างแท้จริง ลูกคามีความเชื่อถือไว้วางใจยอมรับในผลงาน ทำให้เกิดความสำเร็จของสำนักงานบัญชีคุณภาพ

องค์ประกอบที่ 6 การติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี การติดตามตรวจสอบ จะทำให้เกิดความมั่นใจว่านโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับระบบควบคุมคุณภาพของสำนักงานบัญชีมีการออกแบบที่เหมาะสมและเพียงพอ และมีการปฏิบัติตามอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยทำให้การพัฒนากระบวนการควบคุมคุณภาพของสำนักงานและการทำงานของบุคลากรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นสำนักงานบัญชีต้องจัดให้มีกระบวนการในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของตนเองตามช่วงเวลา ที่เหมาะสม หากพบข้อบกพร่องจะต้องดำเนินการวิเคราะห์หาสาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา เพื่อไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำอีก ในกรณีมีข้อร้องเรียนจากลูกค้าจะต้องมีนโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนอย่างชัดเจนและเหมาะสม งานวิจัยของกมลวิช วงศ์สายพรชนก ทองลาด และไพฑูรย์ อินตะขันธ์ (2562) พบว่า การตรวจสอบติดตามที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบทางบวกต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชีคุณภาพประเทศไทย เนื่องจากสำนักงานบัญชีคุณภาพมีการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ทราบว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่กำหนดหรือไม่ หากพบปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน สามารถวิเคราะห์หาสาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขได้อย่างทันเวลา มีการจัดระบบป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ ผลงานมีความถูกต้อง ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจได้ถูกต้อง นอกจากนี้ การจัดให้มีระบบรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการ ส่งผลให้เกิดความสำเร็จของสำนักงานบัญชี คุณภาพในประเทศไทย

องค์ประกอบที่ 7 การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องมีการติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพให้เป็นปัจจุบัน มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและของตนเองในลักษณะที่ป้องกันความเสียหาย สูญหายหรือเสื่อมสภาพ และกำหนดระยะเวลาจัดเก็บตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บข้อมูลในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการสำรองข้อมูลตามรอบระยะเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม จากงานวิจัยของอนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ (2559) พบว่า ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี มีระดับมากที่สุด ในด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี



3. แนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดสุรินทร์

ถึงแม้คุณสมบัติและลักษณะคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์นั้นครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 แต่สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่ไม่ยื่นขอการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี เพราะเห็นว่า ขั้นตอนกระบวนการประเมินคุณภาพสำนักงานมีความยุ่งยาก เป็นการเพิ่มภาระงานให้สำนักงานบัญชี ต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพครั้งแรกและรายปีถัดไป โดยที่สำนักงานบัญชีไม่สามารถเพิ่มอัตราค่าบริการได้ การเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือมูลค่าเพิ่มต่อสำนักงานบัญชีที่อยู่ในต่างจังหวัด เพราะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากการใช้บริการเป็นระยะเวลาที่ยาวนานโดยมิได้ตัดสินใจจากการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ และสำนักงานบัญชีบางรายยังไม่เข้าใจกระบวนการหรือมีปัญหาในการปฏิบัติตามมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภุชริญา ตาวิญโญ (2555) ในเรื่องปัญหาการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่ มีปัญหาในการปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อขอการรับรองคุณภาพในระดับมาก ได้แก่ การตรวจประเมินสำนักงานบัญชีแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงไป การต้องจัดทำเอกสารหลักฐานจำนวนมากในการขอการรับรอง และการปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อขอการรับรองเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา งามโคกกลาง (2563) ว่าความน่าเชื่อถือไว้วางใจที่เป็นการกระทำ คำพูด หรือคำมั่นสัญญา ที่แสดงออกบนพื้นฐานความหวังดีให้กับลูกค้าที่เข้ารับบริการนั้น เป็นสิ่งที่มีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชี บริษัท พีริเซียส เวลท์ จำกัด

ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมเพื่อให้สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์สนใจเข้าร่วมเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพประกอบด้วย 1) การปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี 2) การลดค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชี 3) การสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีคุณภาพ และ 4) การจัดตั้งหน่วยงานคุณภาพระดับจังหวัด ซึ่งแนวทางการส่งเสริมดังกล่าวจะทำให้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีที่บังคับใช้มาตั้งแต่ พ.ศ. 2558 ได้รับการปรับปรุงให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สำหรับการลดค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพก็จะส่งผลให้ต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพลดลง ทำให้สามารถแข่งขันด้านราคาค่าบริการได้ ส่วนการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีคุณภาพเชิงบวกจะช่วยให้อำนาจสำนักงานบัญชีและผู้ให้บริการสามารถเห็นความแตกต่างระหว่างสำนักงานบัญชีคุณภาพกับสำนักงานบัญชีทั่วไปได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานคุณภาพในระดับจังหวัดจะช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับระบบคุณภาพทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์ มีคุณสมบัติและคุณลักษณะคุณภาพตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 แต่สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ยังไม่สนใจเข้าร่วมเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ เพราะขั้นตอนกระบวนการประเมินคุณภาพมีความยุ่งยาก เป็นการเพิ่มภาระงาน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพทำให้ต้นทุนการให้บริการของสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้น การเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า และสำนักงานบัญชีบางรายก็ยังไม่เข้าใจกระบวนการหรือมีปัญหาในการปฏิบัติตามมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ ดังนั้น เพื่อให้สำนักงานบัญชีในจังหวัดสุรินทร์สนใจเข้าร่วมเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพเพิ่มขึ้น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลสำนักงานบัญชีควรมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ปรับปรุงประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558 เพื่อให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน
2. ลดหรือยกเลิกค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชี เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านราคาของสำนักงานบัญชีคุณภาพ
3. สร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีคุณภาพให้เด่นชัด เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีคุณภาพ
4. จัดตั้งหน่วยงานคุณภาพระดับจังหวัด เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้สำนักงานบัญชีที่สนใจเข้าร่วมเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพที่มีปัญหาหรือข้อสงสัยในการปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์สำนักงานบัญชีเพียงฝ่ายเดียว เพื่อให้การวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ควรมีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บริการจากสำนักงานบัญชี ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลระบบคุณภาพ ของสำนักงานบัญชี



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558, พฤษภาคม 19). *ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558*, สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/dbdweb56/download/PDF_law/account_2558.pdf.
- _____. (2558). *ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี เอกสารแนบท้าย ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2558*, สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/dbdweb56/download/PDF_law/account_2558.pdf.
- _____. (2563). *ข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล 2563*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/H26/H26_2020.pdf.
- _____. (2564). *การรับรองสำนักงานบัญชีคุณภาพ*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/new_view.php?nid=2813.
- _____. (2564). *รายชื่อสำนักงานบริการรับทำบัญชี*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/download/account_file/account_office/69.pdf.
- _____. (2564). *รายชื่อสำนักงานบัญชีคุณภาพในแต่ละจังหวัด*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2654, จาก https://dbd.go.th/news_view.
- กมลวิช วงศ์สาย พรชนก ทองลาด และไพฑูรย์ อินตะขันธ์. (2562). คุณภาพการบริการด้านบัญชีกับความสำเร็จของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 13(3), 39 – 54.
- จินตนา งามโคกกลาง. (2563). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชี บริษัท พีริเซียส เวลท์ จำกัด*, สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2654, จาก <https://mmm.ru.ac.th>sat16.pdf>.
- ธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์. (2559). ระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองและอำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 14(1), 51 – 66.
- ปัญญา อิศระวารานิช. (2561). *หลักสำคัญของกรบัญชี*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มิสเตอร์ก็อปปี.
- ปาริชาติ มณีมัย และคณะ. (2559). คุณภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 14(1), 117 – 128.
- “พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543.” (2543, พฤษภาคม 12). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 117 ตอนที่ 41ก. หน้า 1.

- ภูริชญา ตาวิญโญ. (2555). ปัญหาการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณาสรชขาย. (2558). องค์ประกอบของสำนักงานบัญชี ที่ผู้ประกอบการ SMEs เลือกลงใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แสงระวี อยู่ทอง. (2556). รูปแบบและปัญหาในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทร์วิโรฒ, 4(2), 89 – 102.
- โสภภาพรรณ ไชยพัฒน์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีใน จังหวัดภูเก็ต. รายงานการวิจัย ทุนอุดหนุน มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์. (2559). ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพในการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีในจังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 10(4), 60 – 71.
- _____. (2563). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดลำปาง. วารสารการบริหารนิติบุคคล และนวัตกรรมท้องถิ่น, 6(5), 245 – 259.
- อมราภรณ์ รัตนตรียานุภาพ. (2559). ปัญหาการควบคุมคุณภาพสำนักงานบัญชีต่องานด้านบัญชีใน จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

การศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ในประเทศไทยผ่านบทเพลง : กรณีศึกษานายทวีศักดิ์ หน่อคำ

สรธัญ พวกดี¹ / สุรศักดิ์ จำนงค์สาร²

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยคดีวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² ผศ.ดร. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท

อีเมล : sorathan.puakdee@g.swu.ac.th

รับต้นฉบับ 5 พฤษภาคม 2564; ปรับแก้ไข 15 มิถุนายน 2564; รับผิดชอบ 29 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ในประเทศไทยผ่านบทเพลงของนายทวีศักดิ์ หน่อคำ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยการสังเกต สัมภาษณ์ครูทวีศักดิ์ หน่อคำ ซึ่งเป็นผู้ประพันธ์และครูผู้ถ่ายทอดบทเพลง และผู้วิจัยยังได้รับการถ่ายทอดบทเพลงโดยตรงจากครูทวีศักดิ์ หน่อคำ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำเสนอผลการวิจัยในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า นายทวีศักดิ์ หน่อคำ เป็นชาวไทใหญ่ที่ย้ายถิ่นฐานมาจากรัฐฉาน ประเทศเมียนมาร์ เพื่อมาประกอบอาชีพในกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. 2532 และต้องการที่จะปลูกฝังสำนึกทางชาติพันธุ์ ความเข้าใจทางวัฒนธรรมไทใหญ่ให้กับคนไทยในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญ จึงได้ถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ผ่านบทเพลง 6 บทเพลง ได้แก่ เพลงทาสี เพลงถั่วเน่า เพลงจีสอง เพลงหยอบหย่อน เพลงตะรอกหมากเป่า และเพลงล่องโคง ทั้ง 6 บทเพลงพยายามนำเสนอสิ่งที่นายทวีศักดิ์ หน่อคำ ต้องการถ่ายทอดให้คนไทยในชุมชนได้ 3 ด้าน คือ โอกาสที่ดีในการประกอบอาชีพ อาหารประจำชาติพันธุ์ และความ เป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่ จากบทร้องในบทเพลงทั้ง 6 บทเพลง ผู้ถ่ายทอดพยายามถ่ายทอดค่านิยม ความเชื่อ และสร้างสำนึกรักในความเป็นชาติให้กับคนไทยที่อยู่ในประเทศไทยมิให้หลงลืมวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน เพื่อรักษาวัฒนธรรมของไทใหญ่ให้สามารถคงอยู่ร่วมกันกับวัฒนธรรมไทยได้

คำสำคัญ

การถ่ายทอด วัฒนธรรม ไทใหญ่ ชาติพันธุ์ ชุมชนไทใหญ่ในประเทศไทย

The Study on Tai Yai Culture Transfer in Thailand through Songs: A Case Study of Taweesak Nawkham

Sorathan Puakdee¹ / Surasak Jamnongsarn²

¹ Master's student in Ethnomusicology, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

² Assist. Prof. Dr., Advisor of this Research

E-mail: sorathan.puakdee@g.swu.ac.th

Received 5 May 2021; Accepted 15 June 2021; Published 29 June 2021

Abstract

The objective of this research was to explore Tai Yai culture transfer in Thailand through the songs of Master Taweesak Nawkham. A documentary research was used in this qualitative research. The field study data were collected through an observation and an interview with Master Taweesak Nawkham who is the composer and traditional music teacher. The songs were directly conveyed by Master Taweesak Nawkham to the researchers. The data were analyzed according to the objective of the research. The results were presented descriptively.

The results showed that Master Taweesak Nawkham was a Tai Yai resident who moved from Shan State to Bangkok in 1989 and wanted to cultivate ethnic consciousness, Tai Yai's cultural understanding to Tai Yai community and to raise awareness of the people in the community. Therefore, he has conveyed these ideas through his six songs: Tha Si song, Thua Nao song, Chi Song song, Yop Yon song, Ta Ro Mak Pao song, and Long Khong song. Master Taweesak Nawkham tried to present and convey the stories of Tai Yai people in the community in three areas: career opportunities, ethnic cuisine, and Tai Yai ethnicity through these six songs. From the lyrics of these six songs, Master Taweesak Nawkham seeks to convey values, beliefs and patriotism to the Tai Yai people who are in Thailand, not to forget their traditional culture in order to preserve Tai Yai's culture to coexist with Thai culture.

Keywords:

transfer, culture, Tai Yai, ethnicity, Tai Yai community in Thailand

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ชาวไทยใหญ่มีถิ่นฐานอยู่ในรัฐฉาน ประเทศเมียนมาร์ บางส่วนได้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาในประเทศไทยด้วยสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง การสู้รบระหว่างผู้ต่อต้านกับรัฐบาลเมียนมาร์ และภายหลังมีการย้ายถิ่นฐานมากขึ้นเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ ชาวไทใหญ่ได้เข้ามายังประเทศไทยโดยมาทางตอนเหนือของประเทศไทย ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน แต่เนื่องจากทางรัฐบาลของประเทศไทยไม่มีการจัดการกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามายังประเทศไทยที่ชัดเจนทำให้ชาวไทยใหญ่จำนวนมากย้ายถิ่นเข้ามาสู่เมืองต่างๆในประเทศไทยรวมถึงกรุงเทพมหานคร ชาวไทใหญ่ที่มาอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯจะตั้งบ้านเรือนใกล้กับวัด เนื่องจากเดิมชาวไทยใหญ่มีผูกพันกับศาสนาพุทธ ปัจจุบันชาวไทยใหญ่ในกรุงเทพฯ มี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ทำการค้าปลีกและลูกจ้างแรงงาน มีศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยใหญ่อยู่ที่ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาธุประดิษฐ์ ก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบพิธีทางศาสนาและกิจกรรมร่วมกันทางสังคม นอกจากนี้ชาวไทยใหญ่ในกรุงเทพฯยังร่วมกันก่อตั้งมูลนิธิพระแสงธรรม หรือ ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาธุประดิษฐ์ เพื่อให้ความช่วยเหลือชาวไทยใหญ่ที่ประสบปัญหาทางด้านต่างๆ เรียกได้ว่าเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่ (ปิลันธน์ ไทยสรวง, 2559)

ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาธุประดิษฐ์นอกจากที่เป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่ในกรุงเทพมหานครแล้ว ยังมีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่อีกสถานที่หนึ่ง ที่ก่อตั้งเป็นโรงเรียนเพื่อสอนภาษาดนตรี และนาฏศิลป์ไทใหญ่ เพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ในชื่อโรงเรียน “ตุ้ม ต้น ไต” ตั้งอยู่ภายในซอย นวมินทร์ 145 เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์รวมของครูผู้เชี่ยวชาญวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ เช่น ด้านภาษาคือครูหนุ่ม ฮักไต และด้านดนตรีนาฏศิลป์คือ ครูทวีศักดิ์ หน่อคำ ผู้มีความรู้ทางด้านวัฒนธรรมไทใหญ่เหล่านี้มีความมุ่งมั่นที่จะถ่ายทอดและสืบสานวัฒนธรรมไทใหญ่ในหมู่คนไทยใหญ่ด้วยกันที่ย้ายถิ่นมาอยู่ในประเทศไทยความพยายามอนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ ของโรงเรียน ตุ้ม ต้น ไต มีอยู่ด้วยกันหลายวิธีและหลายมิติ เช่น การเรียนรู้จากครอบครัว ผู้ใหญ่ หรือครูอาจารย์ที่มีความรู้ทางด้านวัฒนธรรมประเพณี รวมไปถึงการถ่ายทอดด้วยรูปแบบกิจกรรมทางดนตรีต่าง ๆ ของโรงเรียน ตุ้ม ต้น ไต และการแสดงทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในโอกาสเทศกาลเฉลิมฉลองไทใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ดนตรีเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญที่สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ได้เป็นอย่างดีและดนตรียังเป็นเครื่องมือที่นักดนตรีใช้ในการแสดงออกซึ่งตัวตน ความคิด และสำนึกวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ตนเองคิด เพื่อสื่อสารหรือถ่ายทอดความคิดให้กับผู้ฟังได้รับรู้ ซึ่งเป็นมิติหนึ่งในการถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วย

วัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่มีหลากหลายรูปแบบ หนึ่งในวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติพันธุ์ไทใหญ่ก็คือ วัฒนธรรมทางดนตรี ทั้งการใช้ดนตรีเพื่อประกอบการแสดงต่าง ๆ เช่น ฟ้อนนก ฟ้อนไต ดนตรีประกอบพิธีกรรม ขบวนแห่ การตีกลองกันยาว รวมถึงการบรรเลงประกอบลิเกจ๊าดไต ดนตรีและการแสดงในงานบุญของชาวไทยใหญถือเป็นการทำบุญประการหนึ่ง ซึ่งเชื่อว่าเป็นการถวายความเคารพและศรัทธาต่อพระพุทธเจ้า การถ่ายทอดทางดนตรีจึงมีความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมควบคู่มาด้วย

ซึ่งการเรียนจะถ่ายทอดในลักษณะของมุขปาฐะ ส่งต่อจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นถัดไป (บุษกร บิณฑสันต์ และคณะ, 2559)

วัฒนธรรมทางดนตรีไทใหญ่ในประเทศไทยได้หลงเหลืออยู่เพียงวัฒนธรรมการตีกลองกันยาว ซึ่งการบรรเลงก็มีได้คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักในการตีกลองกันยาวที่ถูกต้อง อาศัยเพียงความเคยชินจากการได้ยินได้ฟังในลักษณะของครูพักลักจำ แล้วจึงนำมาถ่ายทอดต่อให้กับคนไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทยด้วยกันเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมทางดนตรีของตนเองไว้ (กฤษณา ดาวเรือง, 2551)

นักดนตรีไทใหญ่ที่เข้ามาอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีความสามารถและเป็นที่ยอมรับ คือ ครูทวีศักดิ์ หน่อคำ เป็นนักดนตรีไทใหญ่ผู้มีความรู้ทางดนตรี ซึ่งมีตำแหน่งเป็นหัวหน้าคณะในวงดนตรีไทใหญ่ในรัฐฉาน ประเทศเมียนมาร์ ด้วยสาเหตุความไม่สงบภายในรัฐฉานซึ่งส่งผลในการประกอบอาชีพจึงได้ย้ายถิ่นฐานมาอยู่ในกรุงเทพมหานคร หลังจากย้ายถิ่นฐานมาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผวนวกกับความรักในชาติพันธุ์ของตน ครูทวีศักดิ์ หน่อคำ จึงมีความพยายามที่จะอนุรักษ์อัตลักษณ์ทั้งทางด้านดนตรีไทใหญ่ และวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชาติพันธุ์ไทใหญ่ให้คนไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทยไม่หลงลืม จึงได้ใช้ภูมิความรู้ทางด้านดนตรีของตนในการถ่ายทอดความเข้าใจทางวัฒนธรรม ปลุกฝังความคิด และกระตุ้นเตือนให้กับคนไทใหญ่ในชุมชนโรงเรียนตุ่ม ต้น ไต ได้ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไทใหญ่ของตนเอง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประเด็นของการใช้ดนตรีไทใหญ่ในการสร้างสำนึกทางชาติพันธุ์ของชุมชนไทใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ที่ถูกสะท้อนผ่านบทเพลงของครูทวีศักดิ์ หน่อคำ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาวัฒนธรรมไทใหญ่ที่ถูกถ่ายทอดผ่านบทเพลงของครูทวีศักดิ์ หน่อคำ

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านดนตรีไทใหญ่เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ทางดนตรีไทใหญ่คือ ครูทวีศักดิ์ หน่อคำ โดยศึกษาบทเพลงที่ได้ใช้ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่สร้างสำนึกทางชาติพันธุ์ การปลุกฝังค่านิยม ความเชื่อ และขัดเกลาทางสังคมแก่ชาวไทใหญ่ในด้านต่าง ๆ ผ่านบทเพลง 6 บทเพลงที่ได้ถ่ายทอดให้กับลูกศิษย์ในโรงเรียนตุ่ม ต้น ไต ได้แก่ เพลงทาสี เพลงถั่วเน่า เพลงจีสอง เพลงหยอบหย่อน เพลงตะรอมหากเป้า และเพลงล่องโค้ง



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อศึกษาวัฒนธรรมไทใหญ่ ที่ถูกถ่ายทอดผ่านบทเพลง กำหนดเนื้อหา การศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ด้วยวิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาจากเอกสารและจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ จากการลงภาคสนามกับบุคคลข้อมูลโดยตรงจากนักดนตรีไทใหญ่ที่ย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บบทเพลงที่ได้ประพันธ์ขึ้นใหม่และเพลงที่ได้รับสืบทอดมาที่ได้ถ่ายทอดต่อไปให้กับคนไทใหญ่ในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประวัติของชาวไทใหญ่ การย้ายถิ่นฐานของชาวไทใหญ่ที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย และวัฒนธรรมดนตรีไทใหญ่
2. กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลภาคสนามจากบุคคลผู้มีความรู้ ได้แก่ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป โดยกลุ่มปฏิบัติจะเลือกแบบเจาะจง จากศิลปินผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 คน ผู้ได้รับการถ่ายทอดบทเพลงจำนวน 4 คน และกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 2 คน
3. เก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่ศึกษาซึ่งประกอบด้วย
 - 3.1 องค์ประกอบของเพลงที่ใช้ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมของครูทวิศักดิ์ หน่อคำ
 - บทเพลงที่ใช้ในการถ่ายทอด
 - บทร้อง
 - ความหมายของบทร้อง
 - 3.2 วัฒนธรรมของชาวไทใหญ่ที่ถูกถ่ายทอดผ่านดนตรี
4. เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ โดยดำเนินการนำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษา บทเพลงที่นายทวิศักดิ์ หน่อคำ ใช้ในการถ่ายทอดวัฒนธรรม ปลุกฝังสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่ ค่านิยม ความเชื่อ และกระตุ้นเตือนให้กับลูกศิษย์และชาวไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทย มีด้วยกัน 6 เพลง ได้แก่ เพลงทาสี เพลงถั่วเน่า เพลงจีสอง เพลงหยอบหย่อน เพลงตระอหมากเป่า และเพลงล่องโคง โดยทั้ง 6 บทเพลงจะมีเนื้อร้องที่สะท้อนถึงประเด็นดังนี้

1. โอกาสที่ดีในการประกอบอาชีพ สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการประกอบอาชีพของคนไทใหญ่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการกระตุ้นเตือนให้คนไทใหญ่สร้างช่องทางในการประกอบอาชีพในประเทศที่มีความสงบทางการเมืองมากกว่าประเทศของตน
2. อาหารประจำชาติพันธุ์ ถ่ายทอดค่านิยมทางด้านอาหารประจำชาติไทใหญ่ให้กับชาวไทใหญ่



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ตี แต่ ตะ แก้ว หม่า นอ อ่า โจ วา เขา เส ถ่า นู ตี อยู่
จิง ไทย ไน้ เขา เข้า มา ไล้ จ้อ โมน เขา กอ ยัง ตึก ยัง
ยาก เหมิน เยิง เขา อยู่ ไน้ จิง หลิน ไต

โก๊ย กา ไฟ งา ราย จิง ไต จิง ไทย ไน้ มัน เป็ง กัน
แทง อี้ต นึ่ง โกย แล เขา จั้ง อยู่ กว่า หา เล่ง ไต่ ตน
คิง แล ชิม ออม แพง จอย แสง แหม่ง ปั้น ป่า ตัง นอง
ตัง หลั่ง หมาง ปอก มา กอ เขา โว่น ปอ ข่า เออ ไน้

เขา ไน้ เขา เป็น ไตย เขา เมิง หยาน กัม หน้า เฮ็ด
กาน ตึก ตึก ลู นอ แห่ง อี้ต นึ่ง มา กอ ฮู้ ตอ มี อยู่
เงิน ข้าว คำ หน้า กวา เอี

หล่า เออ ไต่ ไน้ ของ เปอ เขา ไก้ เฮ็ด นึ่ง ร้าน ชั้น ตา
สู้ ตึก อาย สูง จัน

แห ลด แต่ ปี่ อ่า ปอง ลั้ง นา ลั้ง วา ฝน โห้ ลง แต่ ตะ
แก๊ สี่ ตี ตา เย่า ยัง อ่า ไป ไห้ เฮ็ด ย่อย เป็น ฮาง ลัน กัน

ก่า นั้น ปั้น โสน มอ วา ปอ อาย ฮา ไล้ ญา แห่ง กวา
ม หล่า สร่า ไหญ่ โห นา เขา ช้ำ แน วา ฝน นั้น ตัก
เย่า ไม้ ช้ำ เต้ แนน ตา แห่ง เฮ็ด ลั้ง สี่ นั้น สี่ นั้น น่อ

ความหมายโดยสรุปของเพลงทาสี

ฉันเป็นคนไต่ อยู่เมืองอันไกลโพ้น เดินดินกินนอนตามป่าเขาเข้ามายังเมืองไทยด้วยเท้าจนถึง
ชายแดน เข้ามาถึงกรุงเทพฯ ทำงานทำเป็นช่างทาสี หาเงินด้วยเสื่อผืนหมอนใบ เพราะสาเหตุเมืองไต่
กับเมืองไทยมีการปกครองที่ไม่เหมือนกันทางการเมือง ฉันจึงได้เลือกอยู่เมืองไทย ทำงานเลี้ยงชีพด้วย
การทาสี บางครั้งก็ส่งเงินให้ทางบ้านด้วย แต่ก็ลำบากมีใช้น้อย ทำงานทาสีห้อยโหนตึกสูงในเมืองใหญ่
ทนตากแดด แต่เรากลับฝน เพราะฝนทำให้เราทาสีไม่ได้



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

	<p>เผอ ยอด โนย จำ โดย น้ำ พืด น้ำ พาย น้ำ พืด ไซ้ ทรายน กอ ย้ง ใส้ ทือ ลอด ฮอม ปา</p> <p>น้ำ พืด พู อ่อน ใส้ หวาน ก่าน หลุ่ยา อ่อน สวาง น้อง เขา กอ กว่า จัก เก็บ ยอด โปย ตน หมาก โมง เส เย่า มา วก ดาว หลู่กิน เข้า ใน นา</p> <p>กำ นั้น ญา แทง ตาง ยอด ลาง ฮม ตาง ลูก พัก วา พัก ญา มี จุง ของ เจ้า ให้ เจ้า นา ฮม ปา เจ้า เฮ็ด สน หมาง ปก มา กอ กิน ข้าว ใน แก ลม ฝน นั้น เน นอ</p>
--	--

ความหมายโดยสรุปของบทเพลงถั่วเน่า

ถั่วเน่าเป็นอาหารประจำชาติใต้ ไม่ว่าจะแกง ผัด ต้ม ก็ใส่ถั่วเน่า เปรียบเสมือน ปลาธำซึ่งคนอีสานขาดไม่ได้เวลาทำอาหาร ทุกบ้านต้องมีกิน

3. ความเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่

ความเป็นชาติพันธุ์ของไทยใหญ่ถูกสะท้อนผ่านบทเพลงจีสอง เพลงตะรอกหมากเป้า เพลงหยอบหย่อน และเพลงล่องโคง โดยที่บทร้องของเพลงตะรอกหมากเป้าพยายามนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ หลักในความเป็นชาติพันธุ์ไทยใหญ่มีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ ชาติ บ้านเมือง วัฒนธรรม ศาสนา ที่คนไทใหญ่พึ่งอนุรักษ์และสืบทอดต่อไปยังรุ่นถัดไป โดยมีโรงเรียนตุ่ม ต้น ไต ซึ่งเป็นชุมชนไทใหญ่ที่รวมเอาวัฒนธรรม ภาษา เรื่องราว ตำนาน การแสดงต่าง ๆ ไว้ ให้คนไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทยได้มีโอกาสที่จะตระหนักถึงสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ของตน และสร้างสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ให้กับลูกหลานที่เติบโตขึ้นมาในประเทศไทย ซึ่งไม่มีโอกาสที่ได้เรียนรู้จากรัฐบาลถิ่นกำเนิด แต่สามารถเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ได้จากโรงเรียนตุ่ม ต้น ไต

จากเพลงจีสอง และเพลงหยอบหย่อน สะท้อนถึงบ้านเมืองใต้ในอดีต (รัฐฉานในประเทศเมียนมาร์) เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีทั้งแร่ธาตุ อัญมณีต่าง ๆ มากมาย ผู้คนอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ไม่ทะเลาะกันภายใน ดำรงชีพอยู่เป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ และได้ตั้งอาณาจักรไว้มาเป็นเวลานาน ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบัน ที่อาณาจักรถูกปกครองภายใต้การปกครองของประเทศเมียนมาร์

จากเพลงล่องโคงได้สะท้อนให้เห็นว่า คนไทใหญ่ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อในเรื่องของการเวียนว่ายตายเกิด มนุษย์ไม่สามารถหลุดพ้นจากการเวียนว่ายตายเกิดได้ หากไม่สามารถละทิ้งกิเลสทั้ง 3 ประการ ได้แก่ ความโลภ ความโกรธ และความหลง กิเลสทั้ง 3 ประการนั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคนไม่ว่าชนชาติใด หากละได้ก็จะสามารถพบกับความสุขที่แท้จริงได้



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

บทร้องเพลงตระอหมากเป้า

ผู้ถ่ายทอด: นายทวีศักดิ์ หน่อคำ
ผู้บันทึก: นายสรรัชฎ์ พวกดี
บันทึกเมื่อวันที่: 13 ต.ค. 2563

	คำอ่าน
<p> ฅູ້ດີ.ເຊຸ້ດີ.ດູ້ຈີ່:ເອອີ່:ຊີ່ດີ.ເອອີ່:ອາອີ່...ລີ່ທູ້ອີ່...ຕາທູ້:ຕຸງ.ຊີ່ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວອ້: ທອ້...ອຸ້ດີອຸ້ອີ່: ອຸງ:ວູ້:ບີ່ດີ:ຊີ່ອີ່:.. ທອ້:ດູ້ອີ່ ອາອີ່:ລູ.ຊູ.ອຸ້ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ອຸ້ອີ່ ອຸງ:ຮູ້ຈີ່:ວາດອາດີ: ຊີ່ດີ:ວູ້ດີ. ຊີ່ດີ:ຕ່ວ່:ຮູ້ຈີ່:ລາທາດີ: ອຸງ:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່: ເຊື່ອດີ.ເຊື່ອດີ:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ຮູ້ຈີ່:ອຸງ:ບີ່ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ລາ:ເອດີ: ຊີ່ດີ:ວູ້.ເຊື່ອດີ:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ລາດີ.ເອມ່:ຮູ້.ທູ້ອີ່:ຮູ້ຈີ່: ບີ່ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ເຊື່ອດີ:ຮູ້ຈີ່: ຊີ່ດີ:ລີ່ວາດີ:ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ທູ້ອີ່:ຕ່ວ່:ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ບີ່ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່: ພາດີ:ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ຮູ້ຈີ່: ລະ:ຮູ້:ຮູ້.ທູ້ອີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວູ້.ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ອາ ເຊື່ອດີ:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ເອອີ່:ອາອີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ຮູ້ຈີ່:ວູ້.ຮູ້ຈີ່:ວູ້:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ຮູ້ຈີ່:ວາດີ:ອາ </p>	<p> เจ้อ ผูก ขอม พัน เจ้อ พัน หว่าน หลี ตอน จาด เห่ เงิน เฮา ฮม เฮา อ่า หนึ่ง คอน ปอ ใหญ่ เปง เป็น ดั่ง กุ่น วาน อยู่ กู้ นอน ฮม ก่อน ให้ มี หมุน ปอ เหื่อ สาง วาง เม็ง สิ่ง จั้ง ไตย เกา ไสกุ หลาย ตาง ปอ ให้ กี้ด จิ้น จิม เย็น ผิ้ง เก้า ผิ้ง ใหม่ สอน ใส่ ให้ ปอ เป็น เจม กู จาย ยิง เคอ ใหญ่ ไผ ใผ่ กู ตี กู ตาง โหล่ แม ไป อ่อน ทิง เป็น ปุน พร โหลง เกอ หลี หย่า หมุน ชุด ตอน ดี เฮา สง เป็น ดี ชู เต็ง หาม อง หย่า หยุ่ม ว่า เฮา โล มา มัด ตุม ให้ เป็น ต้น ไตย แต่ แม เว็ก เป็น ยอง พอง เมอ ญา กาบ ป่าน วาน เม็งใหม่ เฮา ใส่ ใจ ลอง ตัง ฮู้ ตัง หมอ สี่ เป็ง ลาด มา ให้ เฮา และ ฮา หมั้น ตือ ต่อ เม็ง จิง กอน ขอ เม็ง จิ้น กอน ขอ </p>

ความหมายโดยสรุปของบทเพลงตระอหมากเป้า

เราเป็นคนใดที่ไม่หวั่นไหว ถึงแม้ความเจริญเข้ามาหา เรายังจะอนุรักษ์ไว้ในความเป็นใด ได้แก่
สถาบันสี่ประการ ตุ่มต้นใด เป็นที่ปลูกสอนให้รู้จักความเป็นใดตราบนานเท่านาน

สรุปผลการวิจัย

วัฒนธรรมค่านิยม ความเชื่อ และการสร้างสำนึกในความเป็นไทใหญ่ถูกถ่ายทอดผ่านบทเพลง 6 บทเพลง ได้แก่ เพลงทาสี เพลงถั่วเน่า เพลงจีสอง เพลงตระอหมากเป่า เพลงหยอบหย่อน และเพลง ล่องโคง ซึ่งแบ่งประเด็นของการถ่ายทอดวัฒนธรรมได้ 3 ด้าน ดังนี้

1. โอกาสในการประกอบอาชีพ

ผู้ถ่ายทอดพยายามกระตุ้นเตือนให้ชาวไทใหญ่ได้เห็นโอกาสในการประกอบอาชีพในประเทศไทย ซึ่งมีความสงบทางการเมือง จึงสะดวกต่อการประกอบอาชีพ และยังสะท้อนให้เห็นถึงความยากลำบากของการประกอบอาชีพในมาตุภูมิ จนต้องย้ายมาอยู่ในประเทศไทยโดยการเดินเท้าตามเส้นทางป่าเขา จนมาถึงยังเขตชายแดน

2. อาหารประจำชาติพันธุ์

ผู้ถ่ายทอดพยายามปลูกฝังค่านิยมด้านเอกลักษณ์ของอาหารประจำชาติพันธุ์ไทใหญ่ที่เรียกว่า “ถั่วเน่า” ซึ่งผู้ถ่ายทอดได้เปรียบเทียบกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของคนอีสานในประเทศไทย คือ ปลาสำ ซึ่งเหมือนเอกลักษณ์ของคนอีสาน กับถั่วเน่า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ทางอาหารของชาวไทใหญ่

3. ความเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่

ผู้ถ่ายทอดพยายามปลูกฝัง สร้างสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่ โดยยึดหลัก 4 ประการ ได้แก่ เชื้อชาติ บ้านเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุและธรรมชาติ วัฒนธรรมของคนไทใหญ่ และความเชื่อในหลักธรรมคำสอนในศาสนาพุทธ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ เป็นองค์ประกอบที่ชาวไทใหญ่ พึ่งอนุรักษ์และได้รับสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ค่านิยม ความเชื่อ และสำนึกในความเป็นคนไทใหญ่ทั้ง 3 ด้านที่สามารถจำแนกได้จากบทเพลง ทั้งหมด ล้วนแล้วเป็นภูมิความรู้ ค่านิยม ความเชื่อดั้งเดิมของผู้ถ่ายทอด ที่ได้รับสืบทอดความคิดมาจาก บรรพบุรุษไทใหญ่ และส่งต่อแนวคิดให้กับคนไทใหญ่ในประเทศไทยได้อนุรักษ์สืบทอดไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากบทเพลงทั้ง 6 บทเพลง ผู้ถ่ายทอดพยายามถ่ายทอดค่านิยม ความเชื่อ และพยายามสร้างสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่กับชาวไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทย เพื่อมิให้หลงลืมรากฐานความเป็นชาติของชาวไทใหญ่ของตนเอง ซึ่งปัจจุบันมีชาวไทใหญ่อยู่ในประเทศไทยจำนวนมาก คนไทใหญ่ รุ่นใหม่ ๆ ซึ่งบางคนก็มีใต้อพยพย้ายมาจากรัฐฉาน แต่ได้กำเนิดในประเทศไทย อาจเป็นผลทำให้ความเชื่อ ค่านิยมบางประการที่เป็นของคนไทใหญ่สูญหายไปจากการเกิดในต่างแดน ผู้ถ่ายทอดบทเพลงจึงตระหนักความสำคัญของชาติพันธุ์ไทใหญ่ จึงได้ปลูกฝังค่านิยม ความเชื่อ และสร้างสำนึกรักในชาติพันธุ์



ผ่านบทเพลงทั้ง 6 บทเพลง ซึ่งเป็นสัมภาระทางวัฒนธรรมทั้งที่เป็นรูปธรรม คือการบรรเลงดนตรีไทใหญ่ และรูปแบบนามธรรม ซึ่งแฝงอยู่ในบทเพลงทั้ง 6 ของนายทวีศักดิ์ หนองคำ ผู้ถ่ายทอดบทเพลงให้กับชาวไทใหญ่ในประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดสัมภาระทางวัฒนธรรม (อริศิริ ปาณินท์, 2553) ที่กล่าวว่า สัมภาระทางวัฒนธรรมสามารถแจกแจงรายละเอียดได้มากมายทั้งสัมภาระทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม เช่น วิธีการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่อยู่อาศัย เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ อาหาร เป็นต้น และสัมภาระทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม เช่น ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี เป็นต้น สัมภาระทางวัฒนธรรมทั้ง 2 แบบล้วนมีความสัมพันธ์กับบริบทในแต่ละชาติพันธุ์

ในบริบททางวัฒนธรรมของคนไทใหญ่ที่อยู่ในประเทศไทย ค่านิยม ความเชื่อบางประการของคนไทใหญ่ถูกลอมรวมไปกับวัฒนธรรมไทยเนื่องจากมีความใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ค่านิยม หรือความเชื่อดั้งเดิมของชาวไทใหญ่สูญหายไป เพื่ออนุรักษ์ค่านิยม หรือความเชื่อเหล่านั้น ผู้ถ่ายทอดจึงได้ใช้บทเพลงทั้ง 6 ในการกระตุ้นเตือน หรือทำให้คนไทใหญ่ได้ตระหนักถึงค่านิยม หรือความเชื่อดั้งเดิมของตนมิให้หลงลืมชาติพันธุ์ตนเอง ในบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ สอดคล้องกับแนวคิดสัมภาระทางวัฒนธรรม จากการศึกษาสัมภาระทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในเรื่องยวนสี่คิ้ว : จากเมืองเชียงแสนสู่จังหวัดนครราชสีมา (นราธิป ทับทัน และ ชินศักดิ์ ตั้มทิกุล, 2560) ได้กล่าวว่า จากการย้ายถิ่นฐานของไต่ยวนมา ซึ่งมีบริบททางสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากถิ่นฐานเดิม ดังนั้นจึงต้องสร้างที่อยู่อาศัยในสภาพแวดล้อมใหม่ผนวกกับสัมภาระทางวัฒนธรรมของไต่ยวน จึงทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของไต่ยวนคงอยู่ได้ในบริบทสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษานำไปเป็นแนวทางในการศึกษาวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ผ่านบทเพลงดนตรี ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบของการศึกษาทางด้านวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทใหญ่ผ่านดนตรีในภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านดนตรีของชาวไทใหญ่มาเปรียบเทียบกับกันระหว่างกรุงเทพมหานครกับภูมิภาคอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าใจวัฒนธรรมไทใหญ่ในมุมที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ดาวเรือง. (2551). *ความเปลี่ยนแปลงทางดนตรีของชาวไทยใหญ่ : จากรัฐฉานสู่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นราธิป ทับทัน และ ชินศักดิ์ ตันชุกุล. (2560). สัมภาระทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในเรื่องนวนสีคิ้ว: จากเมืองเชียงแสนสู่จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสิ่งแวดลอมสรรคสร้งวินิจฉัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 16(2), 18.
- บุษกร บินทสันต์ และคณะ. (2559). *รายงานการวิจัยวัฒนธรรมดนตรีไทใหญ่ในรัฐชาน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิ่นธน์ ไทยสรวง. (2559). *ชาวไทยใหญ่ในกรุงเทพฯ*, สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 63, จาก <http://lek-prapai.org/home/view.php?id=217>
- อรศิริ ปาณินท์. (2553). การเปลี่ยนถ่ายสัมภาระทางวัฒนธรรมของชาวมอญ: จากเชียงขวางสู่ลุ่มน้ำโขงภาคกลางของไทย. *วารสารหน้าจั่ว ว่าด้วยประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมไทย*, 2010(7), 159-160.

Examining Service Quality of Thai Tradition Massage : An Empirical Analysis

Ekapon Sangsri¹ / Auttakorn Chattukul² / Kattiya Chadchavalpanichaya³
Panjamaporn Pholkerd⁴ / Athitaya Lavong⁵

^{1,4,5} Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

² Assoc. Prof., Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

³ Ph.D., Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

¹ E-mail: ekapon.sr@bru.ac.th

Received 12 May 2021; Accepted 1 June 2021; Published 28 June 2021

Abstract

The Thai traditional massage industry has become a major player in the health service sector in Thailand. The purpose of the present research is to investigate the assessment service quality of Thai traditional massage customers. The population consists of 400 customers attending health services, and who volunteered to participate in this research in Thailand. A questionnaire was used to collect data using a convenient sampling technique by an online survey. Structural equation modeling was applied to analyze the data. The results indicate that the service quality of the Thai traditional massage customers during the situation of Covid-19 has strong significant and direct influence on health values, customer satisfaction, and the role of customer satisfaction as a full mediator between health value and intention to revisit. Moreover, the service quality of Thai traditional massage has an indirect influence on intention to revisit through health values, customer satisfaction, and mediating role of customer satisfaction. Based on the results of this research, executives can implement strategies to increase competitiveness and be consistent with the COVID-19 situation to be a safe place for health to create an impression resulting in customers returning to receive services.

Keywords:

Service Quality, Health Value, Customer Satisfaction, Intention to Revisit, Thai Traditional Massage.

การทดสอบคุณภาพการบริการของการนวดแผนไทย: การศึกษาเชิงประจักษ์

Ekapon Sangsri¹ / Auttakorn Chattaku² / Kattiya Chadchavalpanichaya³
Panjamaporn Pholkerd⁴ / Athitaya Lavong⁵

^{1,4,5} Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

² Assoc. Prof., Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

³ Ph.D., Marketing, Faculty of management, Buriram Rajabhat University

¹ E-mail: ekapon.sr@bru.ac.th

รับต้นฉบับ 12 พฤษภาคม 2564; ปรับแก้ไข 1 มิถุนายน 2564; รับตีพิมพ์ 28 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมนวดแผนไทยมีบทบาทสำคัญต่อภาคบริการสุขภาพของประเทศไทย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประเมินคุณภาพการให้บริการลูกค้านวดแผนไทย ประชากรกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยอาสาสมัครจำนวน 400 ราย ที่เคยเข้ารับการบริการนวดแผนไทยทั่วประเทศ ใช้แบบสอบถามด้วยการสำรวจออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบสะดวกจากอาสาสมัครจนครบจำนวน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของการนวดแผนไทยในช่วงสถานการณ์โรคโควิด-19 มีผลโดยตรงต่อสุขภาพของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจ มีบทบาทเป็นในฐานะตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์ ระหว่างสภาวะลูกค้าและความตั้งใจที่จะกลับมารับบริการ นอกจากนี้ยังพบว่า คุณภาพการบริการของการนวดแผนไทยที่ดีนั้นมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะกลับมารับบริการนวดแผนไทยอีกและคุณภาพการบริการของการนวดแผนไทยที่ดีมีความสัมพันธ์ทำให้ลูกค้ามีสภาวะดี เกิดความพึงพอใจ จากผลการวิจัยนี้ผู้บริหารสามารถปรับใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและสอดคล้องสถานการณ์โควิด-19 ให้เป็นเป็นสถานที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ สร้างความประทับใจและส่งผลให้ลูกค้ากลับมารับบริการ

คำสำคัญ

คุณภาพบริการ ประโยชน์ด้านสุขภาพ ความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมารับบริการ การนวดแผนไทย



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Introduction

Massage therapy has notable characteristics to meet many of the unique needs of patients and clients during the COVID-19 pandemic (Moyer, Rounds and Hannum, 2004; Kurebayashi, Turrini and Souza, 2016; Durkin, Jackson and Usher, 2020). However, massage therapy has notable characteristics to meet many of the unique needs of clients during the COVID-19 pandemic (Moyer, Rounds and Hannum, 2004; Kurebayashi, Turrini and Souza, 2016; Usher, Durkin, Jackson and Usher, 2020). Therefore, massage therapy, as a specialty within the larger discipline, may also be in a distinctive position to meet some additional challenges facing clients (Hou, Chiang, and Hsu, 2010). Thai traditional massage during situation of covid-19 has made significant adjustments to ensure the safety of clients and providers but is likely being accessed at much lower rates than pre-pandemic (Jackson and Usher, 2020).

However, massage in health service sector in several countries makes the most of the underlying economic potential (World Bank, 2020). Therefore, in a recent study on health sectors shows the quality of service is critical to survival and profitability (Shirvani, 2020). In traditional service quality, general quality dimensions for services have been defined by the customer's perceptions about quality which is based on long-term and overall evaluation of performance (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985). Some studies of the health industry have been carried out. Still, few types of research have been carried out regarding health, even though it is an important industry for the health of many people. Thus, for this study, the Thai traditional massage refers to a method of massage for health helps to relieve stress relieve aches and pains including for healing and Thai massage is both ancient science and art that is unique to the Thai nation. This specific section concerns customer' perceptions of quality a general approach, especially in the service literature (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985). This assessment includes three dimensions: climate and physical environment quality, technical competence quality, and excellence service employee quality which is the direct experience during the consumption of the Thai traditional massage service (Sangsri, Ruanguttamanan, and Wongkhae, 2021). It has an outcome that is expressed in two dimensions that are health value and customer satisfaction. It is related to the

lasting effects that the Thai traditional customer experiences after the actual consumption have ended, and is related to intention to revisit.

This study focuses on the examining service quality of Thai traditional massage experience of the field in Thailand, the range of effects Thai massage may provide, the challenges and opportunities of bringing Thai massage into optimal use across all populations, and the service's delivery adaptations due to the transmissibility of covid-19 are discussed. The purpose is to assessment the service quality of the Thai traditional customer implications for the three aforementioned specific dimensions.

Research Objectives

1. To study the influence of service quality of Thai traditional massage on health value
2. To study the influence of service quality of Thai traditional massage on customer satisfaction
3. To study the influence of health value on intention to revisit
4. To study the influence of customer satisfaction on intention to revisit
5. To study the mediating role of customer satisfaction in the relationship between health value and intention to revisit

Literature Review

Service Quality

The service quality is generally viewed as the output of the service delivery process, especially in the case of a service sector (Engdaw, 2020). Moreover, service quality is linked to consumer satisfaction (Aburayya et al., 2020). In several studies, service qualities were defined as a 'measure of how well the service level delivered matches the customers' expectation (Lewis and Booms, 1983). For this research, service quality can be measured in three dimensions which are service climate and physical, technical competence, and excellence service employee (Engdaw, 2020; Sandhya Pruthi et., al., 2009; Lagrosen and Lagrosen 2007). Bitner (1992) has introduced a concept name services scape. Due to the nature of the spa service experience, this research will focus



on the environmental sensory factors such as sight, sound, scent and touch. Physical environment such as lighting, style of furnishing, layout and others can be managed by the organization in order to increase the customers' affective behavior which can result to customer satisfaction (Bitner, 1992). The next dimension of the service quality is technical competence this dimension similarly with a willingness to help customers and provide prompt service this is supported by Lo, A., Wu, C. & Tsaia, H (2015). Lastly, excellence service employee is also important that the provider need to be alert to the customers' concerns and needs so that the customers can truly enjoy their Thai traditional massage (Snoj and Mumel, 2002).

As a conclusion, service quality instrument is an important tool for Thai traditional massage to understand what customers value and how well the Thai traditional massage meet the expectation of customers. This service quality instrument can also be applied to the climate and physical, technical competence, and excellence service employee in order to measure the health value, customer satisfaction, and intention to revisit.

Health Value

Health value is defined as effective in reducing fatigue, creating a general feeling of wellness, improving their ability to think clearly, and improving sleep quality. A number of studies on perceived value have been conducted (Jesun, et al., 2012). The value construct of perceived value has generally received relatively little attention in the spa services marketing literature, especially in the perceived spa health value literature. However, studies indicate that perceived value may either lead directly to the result of the perceptions of a product or to service performance (McDougall and Levesque T., 2000; Caruana and Fenech N., 2005). Customer perceived value is the difference between the prospective customer's evaluation of all the benefits and all the costs of an offering, versus the perceived alternatives (Keller, 2020). Perceived value of service comprises five dimensions: quality, emotional response, monetary price, behavioral price, and reputation (Gallarza, Maubisson, and Rivière, 2021). In this research, the researchers attempt to find that Thai traditional massage benefit from multidimensional health value by allowing them to compare the relative importance of each dimension and identifying the dimensions that health value or Thai traditional massage outcome.

This is in relationship to the specific direction as to the outcomes for health and emotional response; but excludes monetary price, behavioral price, and reputation.

Customer Satisfaction

The definition of customer satisfaction is the customer's fulfillment response, the degree to which the level of fulfillment is pleasant or unpleasant (Oliver, 1996). However, customer satisfaction measurements are recognized as the non-financial performance indicator that is the most widespread. A high level of customer satisfaction is argued to lead to stronger service business image, protection of current market share, increased customer loyalty, decreased customer complaints and strengthened financial performance (Hallencreutz and Parmler, 2021). However, high quality of service can lead to positive results that relate to customer satisfaction, and that can increase intention to royalty (Kumar, Gupta, Rashid, and Shyam, 2020). It is a judgment that a product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment. The customer satisfaction literature shows that expectation is the most direct determinant of satisfaction, followed by perceived performance (Sokchan, et.al., 2018).

According to Suria (2018), customer satisfaction can lead to customer intention to revisit a product or service, but it also depends on personal customer experience and also perceived of quality. A satisfied customer in the Thai traditional massage, will bring the other customer with them and according to Torres and Kline (2006), a positive word of mouth recommendation came from a satisfied customer after using the product or a service and this will increase intention to revisit and loyalty towards a firm.

Intention to Revisit

Intention to revisit is defined as the individual's judgment about buying again a designated service from the same company, taking into account his or her current situation and likely circumstances. Intentions to revisit intentions have been considered as one of the most important subjects in contemporary marketing (Jang and Feng, 2007). They argue that intentions to revisit and actual revisiting patterns are not necessarily the same (Rust, Zahorik and Keiningham, 1995). Intention to revisit is regarded as a sound service outcome that is measurable (Butcher, 2005; Hellier et al., 2003).



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Thai Traditional Massage

Thai traditional massage is defined as the Thai massage techniques in overall both Ratchsamnak and Chaloeysak style (Yoopat, Yuangnoon, Krukimsom, and Vanwongerghem, 2018). The therapists used Rachasamnak style massage. One hour of treatment consisted of legs and back massage starting from the feet to the level of the 7th vertebra, including 40 seconds of femoral artery compression maneuver, so-called open the wind gate. Including four certified experienced TTM therapists from the Institute of Thai Traditional Medicine performed Thai massage. All therapists had already passed 800 hours of a massage training program conducted by the Ministry of Public Health (Kumnerddee, 2009). However, Thai traditional massage and acupuncture were effective in the treatment of myofascial back pain in young Thai military personnel (Kumnerddee, 2009).

Relationship between Service Quality, Health Value, Customer Satisfaction, and Intention to Revisit.

Service quality and service management in the health-care sector have attracted significant research attention in recent years, and most studies have focused on traditional health care. Nevertheless, even in traditional health care, experiential factors such as sensory perceptions have been shown to be important (Ugolini et al., 2014). A health establishment could be viewed as a holistic health spa service. It is a place that focuses on providing holistic services such as body, mind, and mood; by using water, Thai herbs and Thai massage. These would be integrated with the five-method approach consisting of substantial tastes, smells, sounds and touches to promote relaxation and balance. Thus, the research highlights the importance for multi-service organizations to consider the customer-perceived overall quality because it determines the overall satisfaction (Bigné et al., 2003). Service quality, health value and customer satisfaction have been shown to influence behavioral intentions in the spa industry (González et al., 2007). The service quality of the health industry is composed of the spa climate and the quality of its physical environment quality, relaxation and wellness of mind quality, and the excellence of spa service support and provider quality (Gronroos, 2011).

Firstly, the climate and physical quality refers to the physical elements, the facility, comfort, and security process that affects the health value. Secondly, technical competence quality refers to the overall service treatment process and during and after Thai traditional massage. Finally, excellence service employee quality refers to the performance of receptionists and Thai Traditional massage therapists that is outstanding, with smart service excellence and skillfulness in the specific area of service.

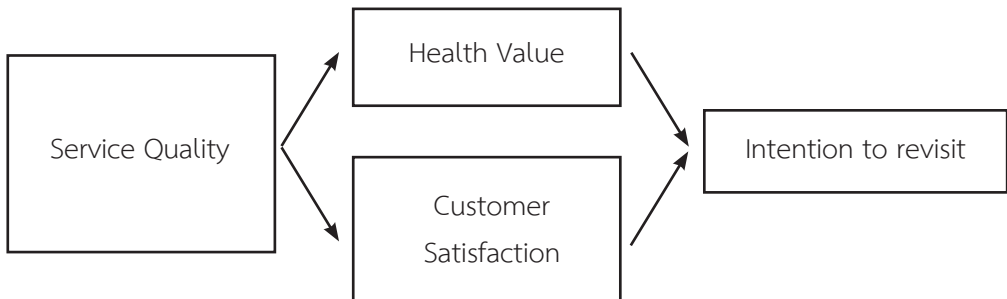
Climate and physical quality can also have an impact on health impression, customer satisfaction, and intention to revisit (Crimmins et al., 2016). Similarly, the surrounding tangible physical environment quality can affect the customer's overall perceptions of service quality (Kucukusta and Denizci, 2014). Prior research reveals that climate and physical quality can reduce stress by lowering the stress hormone cortisol. Further, it also makes one immune to related problems such as hypertension and tachycardia (Roger et al., 1991; Lee, 2011). technical competence quality is one of the health and wellness maintenances factors that are absolutely crucial to the wellbeing of living humans (Lindley and Joseph, 2004). Therefore, it is important for everyone to achieve optimal health and wellness in order to subdue stress and reduce the risk of illness (WHO, 2017). The spa service treatment process is the releasing of stress, and the enhancement of relaxation and rejuvenation (Koh et al., 2010). Relaxation is related to health and health value and customer satisfaction (Yvonne and Stefan, 2016). Excellence service employee quality of service staff improves service outcomes and long-term relationships (Sparks, 1994). From the aforementioned literature review, the following hypotheses were postulated:

- 1: Service quality has a direct influence on health value.
- 2: Service quality has a direct influence on customer satisfaction.
- 3: Health value has a direct influence on intention to revisit.
- 4: Customer satisfaction has a direct on intention to revisit.
- 5: The mediator role of customer satisfaction in the relationship between health value and intention to revisit.

Research Model

The present study sought to investigate the influence of Service Quality (SQ) on Health Value (HV) and Customer Satisfaction (CS) among Health businesses (Figure 1). The variables were divided into three categories. The first category, service quality, included three dimensions as: (1) climate and physical quality; (2) technical competence quality; (3) excellence service employee quality. Second, spa service outcomes including health value and customer satisfaction were studied. Third, in regards to the lasting effects that the Thai traditional massage customer experiences after the actual consumption have ended, it includes two dimensions: health value and customer satisfaction, which are related to intention to revisit.

Figure 1



Sample and Data Collection

This research collected the data using the instrument of an online questionnaire surveys on the website: www.surveycan.com. It is appropriate because it is widely-used method, current and suitable for Covid-19 situations as to social distancing, and demonstrates an effective, statutory approach for data collection customers (Neuman, 2019). The population consisted of 400 customers attending Health businesses, and who volunteered to participate in this research of Thai customers in Thailand. The sample size used the criteria of Hair, et al., (2010) who specify that the ratio between the number of samples and the number of parameters should be between 200 and 1000 cases to be sufficient for structural equation modeling. A questionnaire was used to collect

data using a convenient sampling technique by an online survey. Structural equation modeling was applied to analyze the data. The scale to measure the service quality questionnaire was adapted from 12 items. The questionnaire utilized the 5-point Likert Scale. Moreover, a Likert five-point interval scale, ranged from 1 = strongly disagree, to 5 = strongly agree (Likert, 1961). The AMOS program was used to test the degree of congruence of the variables in the conceptual model.

Validity and Reliability Measurement

The assess the accuracy of the content, five experts within fields of business were utilized to perform the assessment. In this research content validity sufficiency by three experts' suggestions as distinguished scholars (González and J. Brea, 2005). The result of item-objective congruence (IOC) equals $0.64 \geq 0.50$, which is acceptable (G. Pérez-Rojo et al., 2018). However, the questionnaire quality was tested for reliability using Cronbach's alpha coefficient. As to service quality, the highest internal consistency level (0.99), was followed by customer satisfaction at 0.98, Health value at 0.97, and intention to revisit at 0.95. Overall, of these factors have a reliability level of more than 0.70, which is acceptable (Nunnally and Bernstein, 1994). A test of non-response bias had no statistically significant differences between the two groups at a 95% confidence level (Armstrong and Overton, 1977). The scale verification was based on the concept of Fornell and Larcker (1996). Confirmatory factor analysis was applied to test whether the structural validity of each variable in the model was true, based on empirical evidence of the theory and its concepts. Statistical consistency was determined by Chi-square (χ^2), chi-square/degrees of freedom (χ^2/df), the goodness of fit index (GFI), and root means a square error of approximation (RMSEA). The Table1 shows the effectiveness of the composition from the loading values of standard factors for each item or observed variable. All of the questions significantly correlated with the structural theory because of the large factor loadings (> 0.50) with significance values at $p < 0.01$ (Table 1).



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Table 1: Confirmatory Factor Analysis

Table 1: Confirmatory Factor Analysis			
Item	Standardized factor loading	t-value	AVE and composite reliability
Service quality (SQ) Model fit indices: $\chi^2 = 0.847$, $df = 1.000$, $p - value = 0.359$, $RMSEA = 0.000$, $\chi^2/df = 0.847$, $GFI = 0.999$			
Climate and physical quality	0.989	0.859	CR = 0.990
Technical competence quality	0.990	0.880	AVE = 0.874
Excellence service employee quality	0.991	0.885	
Health value (HV) Model fit indices: $\chi^2 = 0.000$, $df = 1.000$, $p - value = 0.999$, $RMSEA = 0.000$, $\chi^2/df = 0.000$, $GFI = 0.000$			
The body is relaxed	0.979	0.836	CR = 0.923
The feel refreshed and exhilarated	0.958	0.889	AVE = 0.867
The feel-good mood	0.899	0.867	
The feel recovered from depression	0.857	0.877	
Customer satisfaction (CS) Model fit indices: $\chi^2 = 0.3901$, $df = 1.000$, $p - value = 0.533$, $RMSEA = 0.000$, $\chi^2/df = 0.391$, $GFI = 0.999$			
The process of service	0.999	0.889	CR = 0.992
The outcome of healthy	0.986	0.877	AVE = 0.883
Intention to revisit (IR) Model fit indices $\chi^2 = 1.196$, $df = 1.000$, $p - value = 0.275$, $RMSEA = 0.026$, $\chi^2/df = 1.196$, $GFI = 0.996$			
Likely to use the service again	0.929	0.786	CR = 0.938
Intend to recommend, word-of-mouth, sharing social media.	0.981	0.762	AVE = 0.750
Likely to pay more and spend more time on your next visit.	0.933	0.738	
Interested in other services for spa	0.911	0.716	

Composite reliability (CR) and average extraction difference (AVE) were calculated following the construction reliability test of Fornell and Larcker (1996) to verify the final measurement model. From Table 1, all the CR scores were above 0.60, while all the AVEs were greater than 0.50 ($AVE > 0.50$). Therefore, in this research the measured convergence accuracy was sufficient for the measurement model and all the theoretical structures had acceptable psychological properties.

Results

From the service quality dimension in Table 2, the variables used in all three dimensions averaged between 4.79 and 4.87. Meanwhile, the variance of all service quality dimensions was found to be 0.91-0.98. The health value showed that the variables used in all four measurements averaged between 4.75 and 4.99. The level of awareness made a difference when considering that the variance of all health value factors was between 0.95 and 0.99. The customer satisfaction results indicate that the variables used for two measurements were 4.75 and 4.97 when considering the variance of customer satisfaction at 0.97-0.99. Furthermore, the variable measurements for intention to revisit factors were found to be in the range of 4.59-4.97, with variance of business strategy at 0.85-0.96.

Table 2 Statistical Information						
Item	Mean	S.D.	Min	Max	Var	Meaning
Service quality						
Climate and physical quality	4.79	0.91	1.00	5.00	0.90	strongly agree
Technical competence quality	4.87	0.98	2.00	5.00	0.90	strongly agree
Excellence service employee quality	4.79	0.98	2.00	5.00	0.90	strongly agree
Health value						
The body is relaxed	4.99	0.99	2.00	5.00	1.00	strongly agree
The feel refreshed and exhilarated	4.87	0.95	2.00	5.00	0.98	strongly agree
The feel-good mood	4.72	0.97	1.00	5.00	0.98	strongly agree
The feel recovered from depression	4.75	0.95	1.00	5.00	0.98	strongly agree



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Table 2 Statistical Information						
Item	Mean	S.D.	Min	Max	Var	Meaning
Customer satisfaction						
The process of service	4.75	0.97	2.00	5.00	0.90	strongly agree
The outcome of healthy	4.97	0.99	2.00	5.00	0.99	strongly agree
Intention to revisit						
Likely to use the service again	4.77	0.96	2.00	5.00	0.97	strongly agree
Intend to recommend, word-of-mouth, sharing social media.	4.97	0.92	2.00	5.00	0.93	strongly agree
Likely to pay more and spend more time on your next visit.	4.89	0.91	2.00	5.00	0.87	strongly agree
Interested in other services for spa	4.59	0.85	1.00	5.00	0.78	strongly agree

Table 2: Statistical Information

The Structural Equation Modelling (SEM) Result

The Structural Equation Modelling (SEM) shows 13 measured items. The model fit results for the Structural Equation Modelling (SEM) of 13 measured items show a good model fit to the sample data. All model fit indices are statistically significant at the 0.001 level and sufficiently satisfy their relevant recommended thresholds. Model modification was not required because the SEM had model fit indices that were more than satisfactory as reported in Table 3 (Hair, J. F., et al., 2010; Thitiya, 2016).

Table 3: Goodness-of-Fit Results for the Structural Equation Model

Goodness-of-Fit indices	Values
Chi-square(χ^2)	368.489
Degree of Freedom (df)	12
Normed Chi-square (χ^2/df)	2.490
Goodness-of-Fit Index (GFI)	0.99
Standardized Root Mean Residual (SRMR)	0.053
Comparative Fit Index (CFI)	0.962
Normed Fit Index (NFI)	0.963
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0.079

The direct causal effects on each endogenous variable in the SEM and the results of the hypotheses assessments are summarized in Table 4.

Determinants	Outcomes	Standardized Coefficients Paths (β)		Hypotheses	Assessments
		Direct Causal Paths	Critical Ratios		
Service Quality	Health Value (R2 = 0.47)	.658	7.871***	1	Supported
Service Quality	Customer satisfaction (R2 = 0.48)	.660	8.384***	2	Supported
HealthValue	Intention to revisit (R2 = 0.580)	.690	7.209***	3	Supported
Customer satisfaction	Intention to revisit (R2 = 0.582)	.691	7.870***	4	Supported
Mediator Customer Satisfaction	Health Value and Intention to revisit (R2 = 0.410)	.558	7.121***	5	Supported

Table 4: Standardized Causal Effects of the Structural Equation Model and Hypotheses Assessment

*** Statistically significant at the 0.001 level

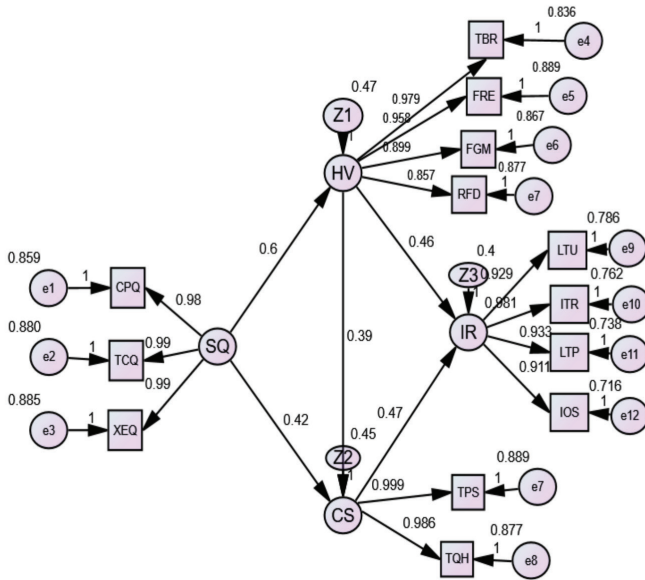
The exogenous variable, service quality, explains the 47% variance of the endogenous variable, which is health value. Service quality has a significant, total, and causal effect of 0.658 on health value and is statistically significant at the 0.001 level. The exogenous variable, service quality, explains 48% of the variance of the endogenous variable, customer satisfaction. Service quality has a significant total causal effect of 0.660 on customer satisfaction, and is statistically significant at the 0.001 level. The exogenous variables, health value and customer satisfaction, explain 58% of the variance in the endogenous variable, intention to revisit. The most important determinant of intentions to revisit is health value which has a significant total causal effect of 0.690 on intention to revisit, and is statistically significant at the 0.001 level. Similarly, the exogenous variables customer satisfaction, explain 58% of the variance in the endogenous variable, intention to revisit. The most important determinant of intentions to revisit has a significant total causal effect of 0.691 on intention to revisit, and is statistically significant at the 0.001 level. Therefore, the mediator role of customer satisfaction in the relationship between health value and intention to revisit, explain 41% of the variance in the endogenous variable, in the relationship between health



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
 ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

value and intention to revisit. The most important determinant of intentions to revisit has a significant total causal effect of 0.558 1 on intention to revisit, and is statistically significant at the 0.001 level.

Figure 2: Coefficient of Prediction



Discussion

Finding and Discussion

In this research, the result of the online survey collected from respective respondents has been analyzed. 400 questionnaires were collected. The data collected from respondents were analyzed using structure equation model.

Theoretical Implications

The structural equation model of the validation equation to the relation model correspond to the theoretical concepts. The empirical results of this study also contribute to the marketing theory as they provide an improved understanding the assessment service quality of the Thai traditional industry. The overall service quality dimension of the Thai traditional massage model, such as climate and physical quality, technical competence quality, and excellence service employee quality have a

significant and direct influence on health values, customer satisfaction was supported. Moreover, service quality of the health value has an indirect influence on intention to revisit through health values, customer satisfaction, and the mediator role of customer satisfaction in the relationship between health value is very important to increase intentions to revisit. Health values and customer satisfaction are both the driving forces for increasing intention to revisit was supported. This is supported by Lo, A., Wu, C. and Tsaia, H (2015) that a spa service needs to be well-designed in order to provide the right service at the right moment to the customer. Findings also supported by previous researchers who found that it is also important for staff to be excellence service employee to the customers' concerns and needs so that the customers can truly enjoy their spa treatments (Snoj and Mumel, 2002). Based on this result, it can be concluded that the customer's first impression towards the spa is based on the climate and physical surrounding followed by the service provided on technical competence in that spa. This will provide 'visual cues' to the service provided (Harris and Ezeh, 2008) in that spa. Suitable temperature is one of the important elements that can influence the customers, especially in the psychological comfort during the service being provided (Suria, et., al., 2018).

Practical Implications

Firstly, the results provide relationships that exist among the constructs of service quality, health value, customer satisfaction, and intentions to revisit for practitioners in the spa industry. Health value and customer satisfaction are both important drivers of intentions to revisit. However, the mediator role of customer satisfaction in the relationship between health value is very important to increase intentions to revisit. Satisfying Thai traditional massage customer is crucial for the health industry to survive in a competitive environment. Secondly, health managers who aim to satisfy their customers, need to focus on providing favorable service quality of Thai traditional massage customers in the situation of the covid-19 factors: climate and physical quality, technical competence quality, and excellence service employee quality. This is accomplished by understanding the needs and wants of their customer base. Thirdly, health managers need to recognize the importance of the service quality construct as a key driver of health value and customer satisfaction as well as its importance in retaining customer over a longer period of time.



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Research Limitations

Firstly, limitations relate to the cross-sectional sample that was collected from Thai traditional massage customers who had experiences. This may limit the ability to generalize the results for health management in other countries. Secondly, limitations relate to the constructs examined. These are constructs that are also considered to be the determinants of intentions to revisit. These constructs may play direct roles in the relationships between service quality and intentions to revisit.

Future Research

Firstly, future researchers may apply the approaches used in this current study to conceptualize and measure the perceptions of Thai traditional massage customers in different regions within other countries and needed to better understand the benefits and potential market for massage therapy and other services among patients with breast disease. Secondly, future research may extend the current study by testing the direct roles of service quality and improved understanding of the relationships among the intention to revisit construct and use of trained volunteers for complementary services also could be explored.

References

- Aburayya, A., Marzouqi, A., Alawadhi, D., Abdouli, F., & Taryam, M. (2020). An empirical investigation of the effect of employees' customer orientation on customer loyalty through the mediating role of customer satisfaction and service quality. *Management Science Letters*, 10(10), 2147-2158.
- Armstrong, J. B. and Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Atul Gupta, Jason C. McDaniel and Siriyama Herath (2005). Quality management in service firms: Sustaining structures of total quality service. *Journal of Service Theory and Practice*, 15(4), 389-40.
- Awang, Z. (2012). *Research Methodology and Data Analysis* (2nd Ed). Malaysia: Press UiTM, 80 – 118
- Butcher, K. (2005). Differential Impact of Social Influence in the Hospitality Encounter. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(2), 125-135.

- Brady, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- Boulding, W., Kalra, A., Staeling, R., and Zeithaml, V. A. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
- Bigné, J. E., Andreu, L., Gnoth, J. (2003). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26, 42(3). 833-844.
- Caruana A, Fenech N. (2005). The effect of perceived value and overall satisfaction on loyalty: a study among dental customers. *Journal of Medical Marketing*, 5: 7(8). 245-255.
- Carland, J.A., J.W. Carland & W.H. Stewart (2000). *The indefatigable entrepreneur*. Proceedings of the Association of Small Business and Entrepreneurship, 168-180.
- Gallarza, M. G., Maubisson, L., & Rivière, A. (2021). Replicating consumer value scales: A comparative study of EVS and PERVAL at a cultural heritage site. *Journal of Business Research*, 126, 614-623.
- Shirvani, S. M. (2020). Influential factors of foreign exchange services marketing with trust mediator role in Iranian international banking industry. *International Journal of Business Innovation and Research*, 22(2), 229-242.
- Fornell, C., et al. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *The Journal of Marketing*. 7-18.
- Gronroos, Christian (1978). A Service-Oriented Approach to Marketing of Services European. *Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.
- Grönroos, C. and A. Ravald (2011). Service as business logic: implications for value creation and marketing. *Journal of Service Management*, 22(1), 5-22.
- González, M. and J. Brea (2005). An investigation of the relationship among service quality, customer satisfaction and behavioral intentions in Spanish health spas. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 13(2), 67-90.
- G. Pérez-Rojo, C. Noriega, C. Velasco and J. López. (2018). Development and assessment of the content validity of the professional good practices scale in nursing homes. *Published online by Cambridge University Press International Psychogeriatrics*, 31(10), 1517-1521.
- G. Gendron & B. Burlingham (1989, April). *The entrepreneur of the decade: An interview with Steve Jobs, Inc.*, 114-128.
- Hou, W. H., Chiang, P. T., Hsu, T. Y., Chiu, S. Y., & Yen, Y. C. (2010). Treatment effects of massage therapy in depressed people: a meta-analysis. *The Journal of clinical psychiatry*, 71(7), 10-20.



- J.F. Petrick (2002). Development of a multi- dimensional scale for measuring the perceived value of service. *Journal of Leisure Research*, 34(2), 119-134.
- J.F Petrick (2004). First timers' and repeaters' perceived value. *Journal of Travel Research*, 43(22), 29-38.
- Jesun, Chih, Robert, à Jar, and Sin (2012). Perceived service quality, perceived value, overall satisfaction and happiness of outlook for long-term care institution residents. *Hung Shan Medical University Hospital*. 17(3), 311–320.
- Alharbi, J., Jackson, D., & Usher, K. (2020). The potential for COVID-19 to contribute to compassion fatigue in critical care nurses. *Journal of Clinical Nursing*, 10(1), 1-3.
- Jang, S. S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism management*, 28(2), 580-590.
- Kurebayashi, L. F. S., Turrini, R. N. T., Souza, T. P. B. D., Takiguchi, R. S., Kuba, G., & Nagumo, M. T. (2016). Massage and Reiki used to reduce stress and anxiety: Randomized Clinical Trial. *Revista latino-americana de enfermagem*, 24, 28-34
- Khan, M. A., Ismail, F. B., Hussain, A., & Alghazali, B. (2020). The interplay of leadership styles, innovative work behavior, organizational culture, and organizational citizenship behavior. *SAGE Open*, 24(1), 1-16.
- Hallencreutz, J., & Parmler, J. (2021). Important drivers for customer satisfaction—from product focus to image and service quality. *Total quality management & business excellence*, 32(6), 501-510.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European journal of marketing*, 37(11), 1762-1800.
- Keller, K. L. (2020). Consumer research insights on brands and branding: a JCR curation. *Journal of Consumer Research*, 46(5), 995-1001.
- Kumar, J., Gupta, A., Rashid, C., & Shyam, H. S. (2020). Impact of Services Quality in E-Banking: Evidence from Indian Public Banks. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-20.
- Khan, P. I., & Tabassum, A. (2012). Service quality and customer satisfaction of the beauty-care service industry in Dhaka: a study of high-end women's parlors. *The Journal of Business in Developing Nations*, 12, 33.
- Moyer, C. A., Rounds, J., & Hannum, J. W. (2004). A meta-analysis of massage therapy research. *Psychological bulletin*, 130(1), 1-16.

- McDougall GHG, Levesque T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 14 (5), 392–410.
- Kumar, M., Kee, F. T., & Manshor, A. T. (2009). Determining the relative importance of critical factors in delivering service quality of banks: an application of dominance analysis in SERVQUAL model. *Managing Service Quality: An International Journal*. 9(2), 1-242.
- Mmutle, T., & Shonhe, L. (2017). Customer' perception of Service Quality and its impact on reputation in the Hospitality Industry. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(3), 1–21.
- Neuman, M., Taegtmeier, M., Hatzold, K., Johnson, C. C., Weiss, H. A., & Fielding, K. (2019). Challenges in measurement of linkage following HIV self-testing: examples from the STAR Project. *Journal of the International AIDS Society*, 22, 1-3.
- Muthoriq, E., Abidin, Z., Hariyanto, A., & Bur, M. (2020, April). A method for measuring tire characteristic using brake tester. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 788(1), 012072. IOP Publishing.
- Oliver, L. R., & Swan, E. J. (1989). search, 17 (November), 460-69. (1989), “Processing of the Satisfaction Response in Consumption: A Suggested Framework and Research Propositions,” *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Com- plaining Behavior*, 2, 1-16
- Parasurman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard Berry (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,” *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50
- Parasuraman, Berry and Zeithaml (1990). *Guidelines for Conducting Service Quality Research*. *Marketing Research*, 34-44.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of retailing*, 69(1), 140-147.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). *Holistic marketing: A broad, integrated perspective to marketing management*. In *Does Marketing Need Reform? Fresh Perspectives on the Future*, 308-313.
- Rai, A. (2018). Evaluating the Image of Healthcare Hub Online: A Cross-sectional Analysis of Google and Face Book Reviews of Private Hospitals of Kolkata, Eastern India, *The International Archives of the Photogrammetry*, 1(5), 20–23.
- Rust, R. T., Zahorik, A. J., and Keiningham, T. L. (1995). Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable. *Journal of Marketing*, 59(2), 58–70.



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

- Sangsri, E., Ruanguttamanan, C., & Wongkhae, K. (2021). AN ASSESSMENT OF SERVICE QUALITY BY THAI SAPPAYA SPA CUSTOMERS: AN EMPIRICAL ANALYSIS. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(3), 1-10.
- Samar and Mazuri (2019). Integration of expectation confirmation theory and self-determination theory in internet banking continuance intention. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 1-19.
- Sokchan, Rathny, Leaksmy and Choun (2018). customer satisfaction and service quality in the marketing practice: study on literature review. *Asian themes in social sciences research*, 1(1), 21-27.
- Thitiya Thongkern (2016). *Assessing the Behavioural Intentions of Thai traditional massage customer: An Empirical Analysis*. Lincoln University, 1-184.
- Kumnerddee, W. (2009). Effectiveness comparison between Thai traditional massage and Chinese acupuncture for myofascial back pain in Thai military personnel: a preliminary report. *J Med Assoc Thai*, 92(1), 117-23.
- Usher, K., Bhullar, N., Durkin, J., Gyamfi, N., & Jackson, D. (2020). Family violence and COVID-19: Increased vulnerability and reduced options for support. *International journal of mental health nursing*, 29, 549-552.

คำแนะนำการเตรียมต้นฉบับ

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เป็นวารสารที่พิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย (Research articles) บทความวิจารณ์หนังสือ (Book review) และบทความวิจัยแบบสั้น (Communication letter) ในสาขาวิชาต่างๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ เดือนมกราคม – มิถุนายนและเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ผู้เขียนบทความทุกท่านสามารถส่งเรื่องมาลงตีพิมพ์ได้โดยไม่ต้องเป็นสมาชิกหรือสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผลงานที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยถูกนำไปพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน พร้อมทั้งได้รับการพิจารณาจากผู้ประเมินอิสระ (Peer review) จากภายนอกมหาวิทยาลัยในสาขาวิชานั้นๆ และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ บทความอาจถูกดัดแปลง แก้ไขคำ สำนวน และรูปแบบการนำเสนอตามที่กองบรรณาธิการเห็นสมควรผู้เขียนบทความสามารถค้นรายละเอียดต่างๆของการเตรียมต้นฉบับได้จากเว็บไซต์ <http://journal.bru.ac.th/>หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruj

วิธีการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับพิมพ์เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ได้

การใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้คำศัพท์และชื่อบัญญัติตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน ควรหลีกเลี่ยงการเขียนภาษาอังกฤษปนภาษาไทยโดยไม่จำเป็น กรณีจำเป็นต้องเขียนคำศัพท์ภาษาไทยตามด้วยในวงเล็บภาษาอังกฤษ โดยคำแรกให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ส่วนอักษรและคำที่เหลือทั้งหมดให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์เล็ก ยกเว้นชื่อเฉพาะทุกคำให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ บทความส่วนที่เป็นภาษาอังกฤษควรให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษตรวจสอบความถูกต้องด้านการใช้ภาษาก่อน

2. การพิมพ์

ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft word โดยจัดหน้ากระดาษ ขนาด A4 (8.5 x 11 นิ้ว) ตั้งค่าหน้ากระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 1 นิ้ว (2.5 เซนติเมตร) จัดคอลัมน์เดียว ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้า

3. รูปแบบตัวอักษร

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้แบบ THSarabunPSK และ ให้ใช้แบบ ขนาดตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ขนาดตัวอักษรอย่างเดียวกัน ดังนี้ ชื่อเรื่องขนาด 18 pt. ชื่อผู้เขียนบทความและหัวข้อหลักใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. ตัวหนา หัวข้อรองใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. ตัวหนา เนื้อความทุกส่วนใช้ตัวเลขอักษรขนาด 14 pt. ตัวปกติ เียงบรรทัดหน้าแรกที่เป็นชื่อตำแหน่งทางวิชาการของผู้เขียนบทความ และที่อยู่ใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ

4. จำนวนหน้า ความยาวของบทความไม่ควรเกิน 13 หน้า รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง

5. ตาราง รูปภาพ ภาพหลายเส้น แผนภูมิ และกราฟ (Tables, Pictures, Figures, Diagrams and Graphs) ให้แทรกไว้ในเนื้อเรื่องอาจจัดทำเป็นตารางหรือสไลด์ก็ได้ โดยผู้เขียนบทความคัดเลือกเฉพาะที่จำเป็น



เท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพแผนภูมิ และกราฟให้อยู่ด้านล่างพร้อมคำอธิบายสั้นๆ ที่สื่อความหมายได้สาระครบถ้วน

6. การส่งต้นฉบับ

ส่งทาง www.tci-thaijo.org/index.php/bruj ดำเนินการตามระบบ

ประเภทของต้นฉบับ

1. **บทความวิจัย (Research articles)** เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอาจเป็น Concept paper หรือ ผลงานวิจัยที่สำเร็จสมบูรณ์แล้วซึ่งผู้เขียนได้ดำเนินการด้วยตนเอง

1.1 ส่วนประกอบตอนต้น

1.1.1 **ชื่อเรื่อง (Title)** ควรสั้น กระชับ แสดงเป้าหมายหลักของการวิจัย ความยาวไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษร ให้เขียนชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยในหน้าแรก หน้าต่อไปเป็นชื่อภาษาอังกฤษโดยภาษาอังกฤษใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะตัวแรก ยกเว้น Article และ Preposition ใช้ตัวพิมพ์เล็ก ส่วนชื่อวิทยาศาสตร์ (Scientific name) ให้พิมพ์ด้วยตัวเอนไม่ต้องขีดเส้นใต้ กรณีระบุชื่อสามัญของสิ่งมีชีวิตเป็นภาษาไทยให้ใส่ชื่อวิทยาศาสตร์ด้วย

1.1.2 **ชื่อผู้เขียนบทความ (Authors and Co-authors)** ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุลเต็มทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับภาษาอังกฤษใช้อักษรตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะอักษรตัวแรกของชื่อตัวและนามสกุล ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับ พร้อมระบุที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ (กรณีเป็นนักศึกษาให้ระบุระดับการศึกษา สาขาวิชาและสถาบันการศึกษา) สำหรับการส่งบทความวิชาการเพื่อพิจารณาไม่ควรใส่ชื่อผู้แต่ง หน่วยงาน และ E-Mail แต่ให้กรอกในแบบฟอร์มส่งบทความแทน เมื่อบทความได้รับการตอบรับแล้ว จึงใส่ชื่อผู้แต่ง หน่วยงาน และ E-mail address

1.1.3 **บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract)** ความยาวไม่เกินอย่างละ 300 คำ เป็นการย่อเนื้อความงานวิจัยทั้งเรื่องให้สั้นได้เนื้อหาสาระครบถ้วนตามเรื่องเต็มควรเขียนแบบสั้น และตรงประเด็น ระบุเฉพาะสาระสำคัญเท่านั้น (เขียนแบบ Indicative abstract) ไม่ควรเขียนตามรูปแบบที่เขียนในรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์หรือวิทยานิพนธ์ (เขียนแบบ Informative abstract) โดยให้ลำดับบทคัดย่อภาษาไทยขึ้นก่อนตามด้วยบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (แยกบทคัดย่อเฉพาะภาษาไทย 1 หน้าถัดไปเป็นบทคัดย่อภาษาอังกฤษ 1 หน้า)

1.1.4 **คำสำคัญ (Keywords)** ให้ใช้คำปรากฏอยู่ในเนื้อเรื่องซึ่งเป็นตัวแทนบอกรีธีการวิจัย ประเด็นที่วิจัย ผลการวิจัย สาขาวิชาที่ทำวิจัย การใช้ประโยชน์หรือสถานที่ที่ทำวิจัย คำสำคัญนี้ให้เขียนทั้งคำสำคัญภาษาไทยและภาษาอังกฤษแต่ละชุดไม่เกิน 5 คำ โดยให้ระบุไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษา

1.2 **เนื้อหาในบทความวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** ได้แก่ ภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ ครุศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ บัญชี และอื่นๆ ให้มีองค์ประกอบดังนี้

1.2.1 **ที่มาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the problems)** อธิบายถึงภูมิหลังความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัยรวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเหตุผลของการทำวิจัย

1.2.2 **วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)** เป็นความเรียงเฉพาะประเด็นสำคัญของวัตถุประสงค์การวิจัยที่ครอบคลุมแนวทางการทำวิจัยทั้งหมด

1.2.3 สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis) (ถ้ามี) เป็นความเรียงสมมติฐานเชิงพรรณนาหรือระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

1.2.4 ขอบเขตการวิจัย (Scope) กำหนดกรอบความคิดการวิจัย (Conceptual framework) เป็นกรอบที่เป็นแนวทางการทำวิจัยด้านเนื้อหาสาระตัวแปรและความสัมพันธ์ของตัวแปรพื้นที่และระยะเวลาการวิจัย

1.2.5 วิธีดำเนินการวิจัย (Research methodology) ระบุแบบแผนการวิจัย เช่น การสำรวจ ศึกษาเอกสาร ทดลอง และอื่น ๆ (Survey, documentary, experiment and etc.) และวิธีการดำเนินการวิจัย

1.2.6 ประชากร (Population) คุณลักษณะและจำนวนให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

1.2.7 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) หลักเกณฑ์การกำหนดจำนวนตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง

1.2.8 เครื่องมือการวิจัย (Research instrument) ชนิดของเครื่องมือ วิธีการสร้าง การทดลองใช้ (Try out) และการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย

1.2.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาการรวบรวมข้อมูล

1.2.10 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) (ถ้ามี) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.2.11 สรุปผลการวิจัย (Conclusion) เป็นการสรุปเฉพาะประเด็นสำคัญที่เกิดจากการทำวิจัย

1.2.12 การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion) เป็นการแสดงความเห็นว่าผลการวิจัยสอดคล้องหรือแตกต่างจากวัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ หรือผลงานวิจัยที่มีผู้รายงานไว้ก่อนอย่างไร เป็นเพราะเหตุใด มีหลักฐานทางทฤษฎีหรือผลงานวิจัยอะไรสนับสนุน

1.2.13 ข้อเสนอแนะ (Suggestion) นำเสนอผลการวิจัยที่เด่นชัดสมควรนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร และแนวทางการทำวิจัยต่อไป

1.2.14 เอกสารอ้างอิง (References) ให้ระบุเฉพาะเอกสารที่ผู้เขียนบทความได้นำมาอ้างอิง ในบทความวิจัยอย่างครบถ้วน โดยใช้ระบบการอ้างอิง APA style 6th ed. ดูรายละเอียด และตัวอย่างการอ้างอิงในเนื้อความและการอ้างอิงท้ายเล่มเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://journal.bru.ac.th/> หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruj

2. บทความประสบการณ์ (Experience article) และบทความเรียบเรียง (Review article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้เรียบเรียงโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร งานแปล และผลงานจากประสบการณ์ของผู้เขียน หรือถ่ายทอดจากผู้อื่น มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ องค์ความรู้ การเสนอความคิดเห็นที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ทางวิชาการของสาขาต่างๆ

2.1 ส่วนประกอบตอนต้น

2.1.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้เป็นภาษาไทยก่อน ได้ลงมาเป็นภาษาอังกฤษโดยภาษาอังกฤษใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะตัวแรก ยกเว้น Article และ Preposition ใช้ตัวพิมพ์เล็ก ส่วนชื่อวิทยาศาสตร์ (Scientific name) ให้พิมพ์ด้วยตัวเอนไม่ต้องขีดเส้นใต้ กรณีระบุชื่อสามัญของสิ่งมีชีวิตเป็นภาษาไทยให้ใส่ชื่อวิทยาศาสตร์ด้วย



2.1.2 ชื่อผู้เขียน (Authors and co-authors) ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุลเต็มทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับภาษาอังกฤษใช้อักษรตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะตัวแรกของชื่อตัวและนามสกุล ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับ (1) พร้อมระบุที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ และชื่อหน่วยงานของผู้วิจัยที่ส่วนล่างของหน้าแรกพร้อม e-mail address (กรณีเป็นนักศึกษาให้ระบุระดับการศึกษา สาขาวิชาและสถาบันการศึกษา)

2.1.3 สารสังเขป (Summary) เป็นการย่อเนื้อความของบทความทั้งเรื่องให้สั้นได้เนื้อหาสาระครบถ้วนตามเรื่องเต็ม ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยเขียนไม่เกินอย่างละ 300 คน ให้ลำดับสารสังเขปภาษาไทยขึ้นก่อนตามด้วยสารสังเขปภาษาอังกฤษ

2.1.4 คำสำคัญ (Keywords) ให้ใช้คำที่ปรากฏอยู่ในเนื้อเรื่องซึ่งเป็นตัวแทนบอกวิธีการ สิ่งที่ศึกษา ผลการศึกษาสาขา การใช้ประโยชน์ และสถานที่ คำสำคัญให้เขียนทั้งคำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ แต่ละชุดไม่เกิน 5 คำ

2.2 เนื้อหา (Main texts) ในบทความทางวิชาการมีองค์ประกอบดังนี้

2.2.1 บทนำ (Introduction) กล่าวถึง ความน่าสนใจของเรื่องที่น่าเสนอ ก่อนเข้าสู่เนื้อหา

2.2.2 เนื้อความ (Content) ควรนำเสนอพัฒนาการของเรื่องได้อย่างน่าสนใจและเนื้อเรื่องมีเนื้อหาใหม่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน

2.2.3 สรุป (Conclusion) เป็นการย่อเฉพาะข้อมูลจากเนื้อความให้สั้น ได้เนื้อหาสาระของเนื้อความครบถ้วน

2.2.4 เอกสารอ้างอิง (References) ให้ระบุเฉพาะเอกสารที่ผู้เขียนบทความได้นำมาอ้างอิงในบทความวิชาการอย่างครบถ้วนโดยใช้ระบบการอ้างอิง APA style 6th ed. ทุกรายละเอียด และตัวอย่างการอ้างอิงในเนื้อความและการอ้างอิงท้ายทุกรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://journal.bru.ac.th/> หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruuj

3. การอ้างอิงในเนื้อความ

การอ้างอิงในเนื้อความเป็นการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อความ ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี (Author date in text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีที่พิมพ์และหน้าที่อ้างอิงเอกสารไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น ดังนี้

3.1 การอ้างอิงชื่อบุคคล คนไทยให้ลงชื่อตัวและนามสกุลส่วนชาวต่างชาติให้ลงเฉพาะชื่อสกุล
ตัวอย่างการอ้างอิง

ผู้แต่ง 1 คน

(วัชรีย์ ทรัพย์มี, 2531, น. 35)

ผู้แต่ง 2 คน

(สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม, 2545, น. 66)

ผู้แต่งมากกว่า 2 คน

(อรพินทร์ ชูชม และคณะ, 2542, น. 40)

3.2 ชื่อนิติบุคคล หน่วยงาน องค์กร ที่ทำเอกสาร ให้ระบุชื่อหน่วยงานตามที่ปรากฏ ตัวอย่างการอ้างอิง

(กรมสุขภาพจิต, 2548 : เอกสารประกอบการประชุมวิชาการประจำปี)

4. เอกสารอ้างอิง (References) เป็นการอ้างอิงส่วนท้ายเล่ม โดยรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในเนื้อความ พร้อมจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับอักษรของผู้แต่ง และให้ใช้การอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association citation style 6th ed.) ดังนี้

หนังสือ (Book)

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์

ตัวอย่าง

ประเวศ วะสี. (2545). *ทฤษฎีใหม่ทางการแพทย์*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน
สมชาย โลจายะ. (2526). *ตำราโรคหัวใจและหลอดเลือด*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สมาคมแพทย์โรคหัวใจ
แห่งประเทศไทย.

บทความจากวารสารหรือนิตยสาร (Journal or magazine article)

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่ตีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), หน้า.

ตัวอย่าง

สมคิด โพธิ์ชนะพันธุ์ และคณะ. (2533). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการดูแลตนเอง
ในผู้ป่วยโคลอสโตมีย์ชนิดถาวร. *วารสารพยาบาลศาสตร์*, 8, (1) 206-213.

บทความจากฐานข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Article from an internet database)

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่, ฉบับที่. วันที่ทำการสืบค้น.
จากแหล่งข้อมูล/สารนิเทศ.



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

ตัวอย่าง

Mershon, D. H. (1988, November-December). Star trek on the brain: Alien minds, human minds. *American Scientist*, 86, 585. Retrieved July 29, 1999, from expanded academic ASAP database.

บทความจากสารานุกรม (Encyclopedia article)

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน *ชื่อสารานุกรม*, (เล่มที่, หน้า). สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

เจริญ อินทรเกษม. (2515-2516). ฐานันดร. ใน *สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน*, (เล่มที่ 10, น.6912-6930). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.

เว็บไซต์ (Website)

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่สารนิเทศบนอินเทอร์เน็ต). ชื่อเรื่อง/ ชื่อบทความ, วันที่ทำการสืบค้น, จาก URL

ตัวอย่าง

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ. (2545). *ความเป็นมาและการเคลื่อนไหวการปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ*, สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2547, จาก www.hsro.or.th/background.html.

Guidelines for the article publication in the Buriram Rajabhat University Journal: Humanities and Social Sciences

Buriram Rajabhat University Journal: Humanities and Social Sciences is a journal which publishes research articles, book reviews, and communication letters covering the various fields of Humanities and Social Sciences. Journal is issued twice a year: January- June and July-December. The authors can send the text of articles (manuscripts) even if they are not the journal members or the personnel of Buriram Rajabhat University. The articles must not have been published in any journals before and their articles will be peer reviewed by the external experts and approved by the editorial boards. In addition, the articles might be changed for editorial corrections. The authors can get more information from BRU Journal website: <http://journal.bru.ac.th/> หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruj

Preparation for the manuscript

1. The manuscript can be either Thai or English.

Use of the Thai language should be in line with the principles of terminology usage proposed by the Royal Thai Academy dictionary. Use of mixed English and Thai should be avoided. If it is necessary to use the English word, Thai should be written first and followed by English in parentheses. The first letter of an English word in a sentence must be capitalized and the small letters are used in the rest of the sentence. However, all of proper nouns can be capitalized. If the article is written in English, it should be proof read by a native speaker or English language expert/s before being submitted.

2. Page set up

The Microsoft Word program should be used by setting the page as A4 size. All margins (left, right, top, and bottom) should be set at 1 inch (2.5 cms). One column is needed with page numbering.

3. Font

THSarabunPSK font must be used in both Thai and English article(s): bold 18 point font is used with a title. Bold 16 point font is used with the name of the author and main topic. Bold 14 point font is used with subordinate topics, and the regular 14 point font is also used with rest of the article. The regular 12 point font is used with the first footnote that shows the academic position of the author and her/his address.



4. Article length Article should be no more than 15 pages long, including charts, graphs, and references.

5. Tables, pictures, figured, diagrams, and graphs

These must be included in the article in either grayscale or colored illustrations. The author must select only necessary illustrations. They must be arranged in order according to the article content. The table headings are placed at the top while the names of the illustrations together with details are placed at the bottom.

6. Manuscript submission

Send via www.tci-thaijo.org/index.php/bruj

Type of Manuscript

1. Research articles

These research articles present the results of research. They may be concept papers or complete research conducted by a researcher.

1.1 Preliminaries

1.1.1 Title The title should be clear and concise. It should be no longer than 100 characters. The title should be written in Thai and then in English. Use capital letters for the initial letters of the first word and all other words except articles and prepositions. For scientific names, italic letters without underline must be used. If there is a Thai name, the scientific names must be written along with the Thai name.

1.1.2 Authors and Co-authors The authors' full name both in Thai and English should be included. For English, capitalization must be applied with the given and family names. If there are many co-authors, mark with a number (1) including addresses (in case, the co-author are students, indicate educational level, fields, and institute). Articles sent for editorial board's consideration, the author's name, institute, and email should not be included in the article. The information must be written in the article submission form. When the article is accepted, then the information must be included in the article.

1.1.3 Abstract The abstract should be no longer than 300 words. This summary should be clear and concise. Only the important issues must be indicated (indicative abstract). It must not be written as in the complete research report or thesis (informative abstract). The Thai abstract comes first, and next page by the English abstract.

1.1.4 Keywords Keywords which appeared in the content of the research must be used and they represent the research methodology, research important issues, research results, research discipline, research application or research conducted location. Keywords

must be written in Thai and English with a maximum of 5 keywords per abstract. The keywords must be shown at the end of each abstract.

1.2 Research articles in humanities and social sciences such as linguistics, social sciences, public administration, law, education, commercial sciences, accounting, and so on. The article should consist of:

1.2.1 Statement of the problems The introduction should consist of background, literature reviews, and reasons for conducting the research.

1.2.2 Objectives Only the important issues of the objectives covering the overall research picture should be written.

1.2.3 Hypothesis (If any) The hypothesis should be written in the form of descriptive hypothesis essay or the relationship between the research variables must be stated in the hypothesis.

1.2.4 Scope The conceptual framework should be included in the scope as the guideline for conducting the research in terms of the important content, variables, and the relationship between the variables of the research location and the research duration.

1.2.5 Research methodology The research plans, surveys, documentaries, experiments, etc. as well as the research methods must be indicated in the research methodology.

1.2.6 Population All variables including the qualification of the population and number of the population should be covered.

1.2.7 Sample The formulation of the sample group and random sampling must be explained.

1.2.8 Research instrument The type of research instrument, research instrument construction, and research instrument tryout and the development of the research instrument must be indicated.

1.2.9 Data collection Data collection methods and the duration of the data collection must be stated.

1.2.10 Data analysis (If any) The statistics used in the data analysis must be specified.

1.2.11 Conclusion The summary of the core issues in the research must be presented.

1.2.12 Discussion The results of the research should be discussed by comparing with the objectives, predetermined hypothesis, or previous research results so as to check whether the current research results go in line with or against the previous studies with the



theoretical support.

1.2.13 Suggestion The distinction of the research and a guideline for the next research should be presented.

1.2.14 References All references cited in the text have to be listed by using APA citation style. See more information and examples of in-text citation and references in item number 3 and 4. And please visit our website at <http://journal.bru.ac.th/> หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruj for more information.

2. Experience article and Review article Author writes this type of article from studying documents, translation works, and works from experiences of other authors or those were transferred from others. The objectives of this type of article are to publicize the knowledge or body of knowledge, to suggest the valuable ideas and to be utilized in terms of academic purposes.

2.1 First section

2.1.1 Title The title should be written in Thai and then in English in the next line. Use capital letters for the initial letters of the first word and all other words except articles and prepositions. For scientific names, italic letters without underline must be used. If there is a Thai name, the scientific names must be written along with the Thai name.

2.1.2 Authors and co-authors The authors' full name both in Thai and English should be included. For English, capitalization must be applied with the given and family names. If there are many co-authors, mark with a number (1) including addresses and researcher's institute at the end of the first page as well as email address for correspondence (in case, the co-author are students, indicate educational level, field, and institute).

2.1.3 Summary The article should be summarized clearly and concisely both in Thai and English for not more than 300 words, the Thai summary comes first, and followed by the English summary.

2.1.4 Keywords Keywords which appeared in the content of the research must be used and they represent the research methodology, research important issues, research results, research application or research conducted location. Keywords must be written in Thai and English with a maximum of 5 keywords per abstract.

2.2 Main texts The main text of academic articles should consist of:

2.2.1 Introduction The main points of the text should be presented before the content.

2.2.2 Content The development of the content should be presented interestingly

and the content should contain the new information which can be applied to the current situation

2.2.3 Conclusion This is the summary of the content which contains all of the core issues.

2.2.4 References All references cited in the text have to be listed by using APA citation style 6th ed. See more information and examples of in-text citation and please visit our website at <http://journal.bru.ac.th/> หรือ www.tci-thaijo.org/index.php/bruj for more information.

Notes The manuscript of experience article and review article prepared for publishing in BRU Journal: humanities and social sciences must contain 2.1 first section, 2.2 article content, 3. in-text citation, and 4 references.

3. In-text citation

References within the text should indicate the source of information by using author-date in-text citation by indicating author, year of publication and page reference. References should be included either at the front or back of the text.

3.1 Person name: Thai name should be listed by a given name. Foreigner should be listed by a family name.

Examples:

One author:

(Watcharee Sapmee, 1998, p. 35)

Two authors:

(Sucha Jan-em and Surang Jan-em, 2002, p. 66)

More than two authors:

(Orapin Chuchom, et. al., 1999, p. 40)

3.2 Organizations: this should be listed by registered name.

Examples:

(Department of Mental Health. 2005 : Annual Academic Meeting's handout)

Book

Format

Author. (Year of Publication). *Title of Book*. Edition of Book. Place of Publication : Publisher Name.



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Examples

Prawet Wasee. (2002). *A New Theory of Medicine*. Bangkok : Moh Chao Ban Publishing House.
Somchai Lojaya. (1983). *A Textbook of Heart and Vascular Disease*. (2nd Edition). Bangkok:
Heart Association of Thailand.

Journal or magazine article

Format

Author. (Year of Publication). Title of Article. *Name of journal/magazine*, Year (Volume), page.

Examples

Somkid Phochanaphan, et. al. (1990). Correlation between Particular Factors and Self
Care of Patients with Permanent Colostomy. *Nursing Journal*, 8, pp.206-213.

Article from an internet database

Format

Author. (Date of Publication). Title of Article. *Name of journal*, Year, Volume. Retrieved date,
from Name of internet database.

Examples

Mershon, D. H. (1988, November-December). Star trek on the brain: Alien minds, human
minds. *American Scientist*, 86, 585. Retrieved July 29, 1999, from expanded academic
ASAP database.

Encyclopedia article

Format

Author. (Date of Publication). Title of Article. *in Name of Encyclopedia*, (Volume, page).
Place of Publication : Publisher Name.

Examples

Chorean Intarakasem. (1972-1973). Nobility Rank. *In Thai Encyclopedia of Royal Institute*,
(Vol 10 , pp.6912-6930). Bangkok : Nanmeebooks Publications.



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564

Website

Format

Author. (Date of Publication). *Title of Article*. in Name of Encyclopedia (Volume, page).
Place of Publication : Publisher Name.

Examples

National Health System Reform Office. (2002). *Background and Movements of National Health System Reform*, Retrieved 5 January 2004, from www.hsro.or.th/background.html.

Author. (Available Year). Title of Story/Article, Retrieved date, from URL



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564