กลุ่มย่อยที่ 3

ศิลปศาสตร์ อักษรศาสตร์

การพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นเพื่อยกระดับศักยภาพทางภาษาสำหรับกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศ

DEVELOPMENT OF JAPANESE LANGUAGE SKILLS TO UPGRADE LANGUAGE POTENTIAL FOR MANPOWER ABOUT TO GO OUT FOR WORKING ABROAD

นางสาว จินตรัตน์ แสงศิริ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

E-mail: sangsirisan29@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร และเพื่อยกระดับศักยภาพทางภาษาสำหรับกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบทดสอบภาษาญี่ปุ่น ใช้ทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นข้อสอบแบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ (2) แบบสอบถามความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 13 ข้อ และ (3) บทเรียนภาษาญี่ปุ่นออนไลน์ จำนวน 6 เรื่อง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีความคิดเห็นต่อความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นที่ความคิดเห็นต่อบทบาทและความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นในไปทำงานต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81, S.D. = 0.89)

2. ความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่อง คะแนนเฉลี่ยทดสอบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ เท่ากับ 50.89 คะแนน ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง ที่มีค่า เท่ากับ 24.23 คะแนน และคะแนนผลต่างเฉลี่ยระหว่างหลังและก่อนกาการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง เท่ากับ 26.66 คะแนน (Sig. = 0.000 < 0.01) แสดงว่า ความรู้ภาษาญี่ปุ่น สูงกว่าก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ทักษะภาษาญี่ปุ่น ศักยภาพทางภาษา กำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศ

ABSTRACT

This research aims to improve Japanese language skills for communication and upgrade the language potential of manpower in Phetchabun province who are about to go out for working abroad. The research sample consisted of 15 people in Phetchabun province who were about to go out for working abroad. The research instruments were (1) a test of Japanese language consisting of 30 multiple-choice test items for pre-testing and post-testing, (2) a questionnaire on the interest of the manpower in Phetchabun province who were about to go out for working abroad, and (3) six on line Japanese language lessons. Data were statistically analyzed using the mean, standard deviation, and t-test.

The results of the research showed that

1. Regarding interest information of the about to work abroad manpower in Phetchabun province, there are opinions about the importance of the Japanese language in which the opinions on the roles and importance of the Japanese language to work in foreign countries are at a high level ($\bar{X}$ = 3.81, S.D. = 0.89).

2. Japanese language ability of the sample group before studying the Japanese language online content consisting of 6 lessons. The average score of the Japanese language proficiency test of the sample group before the study of Japanese online content was 50.89 points, which is higher than the average of the 6 points before the study of Japanese language content which is equal to 24.23 points and the average difference between the after and before the study of the 6 Japanese lessons equals 26.66 points (Sig. = 0.000 <0.01) indicating that the knowledge on Japanese language of the sample group after the experiment was significantly higher than that before the experiment with statistical significance of 0.01.

Keywords: Japanese language skills, Language potential, Manpower to work overseas

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การเตรียมการทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 นั้น มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ยุคของหุ่นยนต์กำลังเริ่มขึ้นและกำลังจะมาแย่งงานของมนุษย์ เพื่อเตรียมกำลังคนให้พร้อมต่อการพัฒนาทักษะ โดยชุดทักษะของแรงงานมีองค์ประกอบ คือ ทักษะด้านความรู้ความเข้าใจเช่น การอ่านออกเขียนได้ มีความรู้ด้านคณิตศาสตร์พื้นฐาน และมีความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอีกด้วย ภาษาญี่ปุ่นเป็นอีกภาษาหนึ่งที่มีความสำคัญในการทำงานในปัจจุบันนี้ สำหรับแรงงานไทย ซึ่งมีจำนวนมากที่มีความต้องการในการไปทำงานที่ประเทศ แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานกึ่งมีฝีมือ หากแรงงานได้รับการพัฒนาทักษะทางด้านภาษา จะเป็นการยกระดับความสามารถในการทำงานได้อีกขั้นหนึ่ง

จากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นที่สำนักงานจัดหางานจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับข้อมูลว่า มีแรงงานชาวจังหวัดเพชรบูรณ์ที่สนใจไปทำงานต่างประเทศ ทั้งแถบยุโรป อเมริกา รวมทั้งเอเชีย ซึ่งประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับความสนใจ มีผู้ที่สนใจจะไปทำงานที่นั่นในสายงานที่แตกต่างกันไปตามโอกาสของแต่ละคน ข้อมูลที่ได้รับกลับมาด้านภาษาญี่ปุ่น คือ มีความสนใจอย่างมาก หากจะได้รับโอกาสในการพัฒนาด้านภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น เพื่อการสื่อสารเบื้องต้น หรือภาษาที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน การติดต่อหน่วยงานต่างๆ

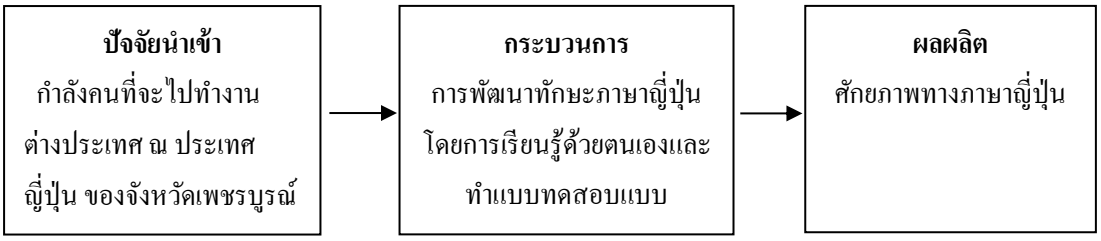
การรักษาพยาบาล การเดินทางเข้าออกประเทศ การพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นก็จะเป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตที่ประเทศญี่ปุ่นในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารสำหรับกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง

4.2 เครื่องมือวิจัย

1. แบบทดสอบภาษาญี่ปุ่น มี 1 ชุด ใช้ทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน คือ Paper test เป็นข้อสอบแบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ซึ่งแบบทดสอบก่อนและหลัง ดังกล่าว ได้รับการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาญี่ปุ่นและอาจารย์ผู้สอนภาษาญี่ปุ่น และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า IOC เท่ากับ 0.8

2. แบบสอบถามความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราสวนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ท

3. บทเรียนภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ 6 เรื่อง คือ 1. เรื่องทั่วไป 2. เรื่องคำทักทาย 3. เรื่องการรับประทานอาหาร 4. เรื่องช๊อปปิ้ง 5. เรื่องความรัก 6. เรื่องเหตุฉุกเฉิน

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นการศึกษาแบบกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ (1) ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศใน จังหวัดเพชรบูรณ์และนำไปวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลตามวิธีการทางสถิติ (2) ดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยใช้เนื้อหาภาษาญี่ปุ่น เป็นเนื้อหาที่ผู้วิจัยได้เลือกมาจากหัวข้อภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น จำนวน 6 เรื่อง คือ1. เรื่องทั่วไป 2. เรื่องคำทักทาย 3. เรื่องการรับประทานอาหาร 4. เรื่องช๊อปปิ้ง 5. เรื่องความรัก 6. เรื่องเหตุฉุกเฉิน

โดยให้ระยะเวลาที่ศึกษาด้วยตนเองผ่านเนื้อหาในรูปแบบออนไลน์ เป็นเวลา 1 เดือน (3) ก่อนการทดลอง ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มทดลองทำแบบทดสอบก่อนเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งชุดที่ 1 ใช้เวลาทำแบบทดสอบ 30 นาที เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติ (4) ขณะดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยสอนได้แนะนำการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่อง (5)เมื่อกลุ่มทดสองศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่องแล้ว ให้กลุ่มทดลองทำแบบทดสอบหลังเรียน แล้วนำข้อสอบไปตรวจ บันทึกคะแนนเพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติ (6)วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลตามวิธีการทางสถิติ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบคะแนนภาษาญี่ปุ่น ก่อนและหลังการทดลอง ใช้สถิติการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระ

รายละเอียดการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ กำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศใน จังหวัดเพชรบูรณ์มีความคิดเห็นต่อความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นที่ความคิดเห็นต่อบทบาทและความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นในไปทำงานต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างก่อนหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่องแล้วให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถทางทางภาษาญี่ปุ่น ก่อนและหลังการทดลอง ซึ่งเป็นแบบทดสอบชุดเดียวกัน รวมคะแนนเต็ม 30 คะแนน คะแนนทดสอบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างก่อนหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างทุกคนสูงขึ้นหลังจากการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่องที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ค่าผลต่างของของคะแนน (D) จากการทดสอบก่อนและหลัง สูงสุดมีค่าเท่ากับ 15 คะแนน และต่ำสุดมีค่าเท่ากับ 9 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คะแนนเฉลี่ยทดสอบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างก่อนหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ เท่ากับ 50.89 คะแนน ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง ที่มีค่า เท่ากับ 24.23 คะแนน และคะแนนผลต่างเฉลี่ยระหว่างหลังและก่อนกาการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง เท่ากับ 26.66 คะแนน ดังตารางที่แสดง เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คะแนนผลต่างเฉลี่ย และค่าทดสอบ t ของกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	D	SD (D)	t	df	Sig.
ก่อนเรียน	60	24.23	5.48	26.66	6.27	33.21	60	0.000
หลังเรียน	60	50.89	3.13					

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์

มีความคิดเห็นต่อความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นที่ความคิดเห็นต่อบทบาทและความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นในการไปทำงานต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81, S.D. = 0.89)

2. ความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างก่อนหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่อง คะแนนเฉลี่ยทดสอบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างก่อนหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ เท่ากับ 50.89 คะแนน ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง ที่มีค่า เท่ากับ 24.23 คะแนน และคะแนนผลต่างเฉลี่ยระหว่างหลังและก่อนกาการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง เท่ากับ 26.66 คะแนน (Sig. = 0.000 < 0.01) แสดงว่า ความรู้ภาษาญี่ปุ่น สูงกว่าก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 6 เรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ความสนใจของกำลังคนที่จะไปทำงานต่างประเทศในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีความคิดเห็นต่อความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นที่ความคิดเห็นต่อบทบาทและความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นในไปทำงานต่างประเทศอยู่ในระดับมาก เหตุผลอาจเป็นเพราะ ค่าตอบแทนที่จะได้รับจากการการทำงานที่สูงกว่าในประเทศไทย หรือการที่จะได้ไปอยู่อาศัยและทำงานไปด้วยในประเทศที่มีความน่าสนใจแลพเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังเช่น คำถามในแบบสอบ ที่ถามถึง 1. ความคิดเห็นต่อการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบัน 2. ความคิดเห็นต่อบทบาทและความสำคัญของภาษาญี่ปุ่นในไปทำงานต่างประเทศ มีระดับความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ส่วนเรื่องความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างงหลังการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น แบบออนไลน์ จำนวน 6 เรื่อง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการศึกษาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่น เป็นเพราะ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความสนใจและตั้งใจที่จะพัฒนาความรู้ทางด้านภาษาญี่ปุ่นของตนเอง แม้ว่าจะไม่มีความรู้ทางด้านนี้มาก่อนเลย ดังคำถามปลายเปิดที่ถามไปว่า หัวข้อภาษาญี่ปุ่นที่ต้องการศึกษา เลือกจากหัวข้อที่ให้มา เช่น คำทักทาย การซื้อของ การเดินทาง การรับประทานอาหาร สถานที่ อากาศ เป็นต้น หรือ เขียนหัวข้อได้ด้วยตนเอง และอธิบายเหตุผล

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) การเรียนด้วยเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์เป็นวิธีการที่ทันสมัย จึงต้องมีการแนะนำให้ศึกษาคำชี้แจงและวิธีการใช้เนื้อหาให้ชัดเจน เพื่อทำความเข้าใจในการใช้เนื้อหาแบบออนไลน์นี้

(2) การเรียนด้วยเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ สามรถเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและอย่างแพร่หลาย จึงควรนำเนื้อหาที่สร้างจากกการวิจัยทั้ง 6 เรื่องนี้ ไปใช้กับผู้ที่สนใจเรียนภาษาญี่ปุ่นมากขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การพัฒนาเนื้อหาภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ในระดับที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษาญี่ปุ่นของผู้ที่สนใจต่อไป

(2) การพัฒนารูปแบบของสื่อออนไลน์ที่มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น เพื่อช่วยพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่น ทั้ง 4 ทักษะ

8. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยคำแนะนำต่าง ๆ จากคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่สละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ พลบุตร. (2551). ความเชื่อของผู้เรียนเกี่ยวกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.*

การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. (2559). สืบค้นจาก http://arit.mcru.ac.th/ mages/KM/2557/57KM_1 innovation.pdf.

ปานเสก อาทรธุระสุข. (2557). กลยุทธ์การเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นของนิสิตวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.*

เพ็ญวารี วิจิตรเวชไพศาล และคนอื่นๆ. (2556). *รายงานการวิจัยเรื่องความแตกต่างระหว่างกลยุทธ์การเรียนรู้ระหว่างภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ไพลิน กลิ่นเกสร. (2555). *กลวิธีการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายชาวไทย.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โยโกะ คะโนะเมะ และ คะนะโกะ โยชินิเนะ. (2558). ความเชื่อต่อครูผู้สอนภาษาญี่ปุ่นชาวญี่ปุ่น: ผลสำรวจแบบสอบถามของผู้เรียนและบริษัทย่อยของญี่ปุ่น. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา.*

การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย

A STUDY ON TECHNIQUES IN LANGUAGE USE AND PRESENTATION OF CONTENT IN FACEBOOK KALATIPPATAI FAN PAGE

ณัฐริกาญจน์ คงแก้ว จุฑามาศ จิตแก้ว
ปาริฉัตร เทพยศ รัชชานนท์ หนูวงค์ สุชิตา บูยุโสะ
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail : Erangeueyjujup@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากข้อความโพสต์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคม ถึง 20 สิงหาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 100 ข้อความโพสต์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดกลวิธีการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการใช้ภาษา มีจำนวนทั้งสิ้น 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำสแลง 2) การใช้คำเสียดสีหรือล้อเลียน 3) การใช้คำหยาบ 4) การใช้คำทับศัพท์ 5) การใช้คำภาษาต่างประเทศ และ 6) การใช้คำย่อ ด้านกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา พบจำนวนทั้งสิ้น 7 กลวิธี ได้แก่ 1) การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม 2) การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวต่าง ๆ ประกอบเรื่องที่เล่า 3) การอ้างอิงรูปภาพ 4) การสร้างมุกตลก 5) การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง 6) การแนะนำให้ข้อคิดหรือเตือนสติ และ 7) การประชดประชันหรือล้อเลียนสังคม การศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตยนิยมสร้างสรรค์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่ มีความทันสมัย และมีความหลากหลาย ซึ่งกลวิธีต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ และความพิถีพิถันในการเลือกใช้ถ้อยคำของผู้เขียน แม้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตยจะเป็นภาษาพูดธรรมดาที่พบเห็นได้ทั่วไปในสังคม แต่การนำเสนอกลับมีความโดดเด่น ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะการใช้ภาษาไทยของคนยุคใหม่ในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : กลวิธีการใช้ภาษา กลวิธีการนำเสนอเนื้อหา เฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย

ABSTRACT

This research article aimed to look into techniques in language use and presentation of content in Facebook Kalatippatai Fan Page. 100 messages were collected and studied through a qualitative research method for a one-month period from 20th July to 20th August, 2020. The researcher analyzed data concentrating on ideas regarding techniques in language use and presentation of content.

The findings revealed that six techniques were employed in language use including the use of slangs, the use of sarcasm or parody, the use of rude words, the use of transliterated words, the use of foreign words, and the use of abbreviated words. With regard to the presentation of content, seven techniques were found; informing about general news and social trends, using media as references in telling stories, using photos as references, using jokes, telling own-stories, giving advice, and using sarcasm or parody. The study showed that Facebook Kalatippatai Fan Page reflected the use of new, modern and diverse techniques initiated by their creativeness and neatness in selecting words of the writers. Although words were generally used in the society, the presentation techniques made them look outstanding clearly reflecting that good techniques in language use had been introduced by Thai people of a new generation.

Keyword: technique in language, technique in presentation of content, Facebook Kalatippatai Fan Page

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กะลาธิปไตย เป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาผ่านข้อความ สื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน มีความแปลกใหม่และโดดเด่น ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตยมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวสารผ่านข้อความโพสต์สั้น ๆ ที่ปรากฏบนรูปภาพ นำเสนอเนื้อหาของข่าวการเมืองที่เกิดขึ้นได้ทันเวลา ทันสมัย มีความเร็ว ภาพที่นำมาสื่อสารตรงประเด็นเหตุการณ์ทางการเมือง ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่คนไทยให้ความสนใจและเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น เนื้อหาจึงทำให้ผู้อ่านรับรู้ และเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้แฟนเพจเฟซบุ๊กกะลาธิปไตย ยังปรากฏรูปแบบการใช้ภาษาที่ดึงดูดความน่าสนใจ ด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกลวิธีการใช้ภาษาต่าง ๆ เช่น กลวิธีการใช้คำเสียดสีประชดประชัน การใช้คำหยาบ การใช้คำสแลง การใช้คำภาษาต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหาด้วยกลวิธีต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ เช่น กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวอื่น ๆ ประกอบเรื่องที่เล่าเป็นต้น ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตยมีเอกลักษณ์และดึงดูดความน่าสนใจ ทำให้มีผู้คนติดตามเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ติดตามจำนวน 128,235 คน

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นการเรียกร้องสิทธิทางการเมืองในสังคมปัจจุบันแตกต่างจากในสมัยอดีตที่ประชาชนส่วนใหญ่ออกไปประท้วงเป็นกลุ่มชุมนุม มีการจัดกิจกรรมแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเห็นได้ชัดเจน รวมทั้งพร้อมกายพร้อมใจยึดมั่นในอุดมคติที่จะยืนหยัดปักหลักชุมนุมโดยไม่หวั่นไหวต่อการย่อท้อและอุปสรรคเพื่อต้องการเรียกร้องความเป็นธรรมจากรัฐบาล ปัจจุบันสังคมไทยเข้าสู่ยุคสังคมดิจิตอลมากขึ้น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง โดยเฉพาะเฟซบุ๊กและแฟนเพจ เป็นที่นิยมอย่างมากของคนไทย เพราะเป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงออกทางความคิดผ่านการใช้ภาษาบนพื้นที่สังคมออนไลน์ได้อย่างอิสระ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า แฟนเพจเฟซบุ๊กกะลาธิปไตย เป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกิดขึ้นท่ามกลางเหตุการณ์ทางการเมือง ที่มี

ความขัดแย้งระหว่างประชาชนกับรัฐบาล ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่รวดเร็ว ทันเวลา และมีการสร้างรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านข้อความภาพอย่างสร้างสรรค์เหมาะกับยุคสังคมปัจจุบัน

ด้วยกลวิธีภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจจนทำให้กลายเป็นที่ต้องตาของผู้คนบนโลกออนไลน์ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในแฟนเพจเฟซบุ๊กกะลาธิปไตย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากข้อความโพสต์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกลวิธีการใช้ภาษา

บรรจบ พันธุเมธา (2532: 227) อธิบายเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำสรุปได้ว่า เราจำเป็นต้องเรียนรู้เรื่องการใช้ถ้อยคำให้ถูกต้องตามกาลเทศะและฐานะของบุคคล เพราะเป็นความสำคัญอย่างหนึ่งของภาษาไทย เนื่องจากสังคมไทยนับถืออาวุโส ต้องมีความเคารพเกรงใจผู้ที่เหนือกว่า ทั้งชาติวุฒิ วัยวุฒิและคุณวุฒิ การใช้ถ้อยคำในทำนองนี้เราเรียกว่า ราชาศัพท์ที่หมายถึง ภาษาที่กำหนดขึ้นใช้สำหรับพระราชา แต่กินความรวมไปถึงภาษาสุภาพอีกด้วย นอกจากการใช้ถ้อยคำดังกล่าว ยังมีถ้อยคำของบุคคลแต่ละอาชีพ ซึ่งจะต้องมีถ้อยคำสำนวน และศัพท์เฉพาะภาษาไม่เหมือนกัน ดังนั้นถ้อยคำสำนวนก็เป็นเรื่องสำคัญในการใช้ถ้อยคำอีกเรื่องหนึ่งถ้าไม่รู้ความหมายย่อมใช้ไม่ถูก เรื่องเหล่านี้จึงมีความสำคัญควรกล่าวถึง

3.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหานับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเขียน เนื่องจากผู้เขียนสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญ รายละเอียดต่าง ๆ รวมไปถึงทัศนะของผู้เขียนได้โดยผ่านเนื้อหา ผู้อ่านจะสามารถรับสารได้มากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา เพราะหากผู้เขียนมีกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาได้ชัดเจนมีความน่าสนใจ ก็ย่อมทำให้ผู้อ่านรับสารได้ถูกต้องแม่นยำ และมีความเพลิดเพลินในการอ่าน การนำเสนอเนื้อหานั้น สามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับรูปแบบ และเนื้อหาสาระของงานเขียน มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาไว้ดังนี้

ฉัตรา บุญนาค : สุวรรณีอุดมผล : และวรรณี พุทธเจริญทอง (2522 : 99 – 100) กล่าวถึงวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยวิธีการขยายความไว้ 6 วิธี ดังนี้ ขยายโดยการอธิบาย ขยายโดยการยกตัวอย่าง ขยายโดยการเปรียบเทียบ ขยายโดยการกล่าวถึงเหตุผล การขยายโดยการอ้างหลักฐาน และขยายโดยการตั้งคำถามและให้คำตอบ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการใช้ภาษาและเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต ได้แก่ บันทึกข้อความโพสต์จากเพจกะลาธิปไตยระหว่างช่วงเวลา ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม – 20 สิงหาคม พ.ศ. 2563

4.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

4.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ กลวิธีการใช้ภาษา และกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

4.4.1 กลวิธีการใช้ภาษา โดยใช้แนวคิดของ กาญจนา ต้นโพธิ์ (2563) แบ่งประเด็นได้ 6 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำสแลง กลวิธีการใช้คำเสียดสีหรือล้อเลียน กลวิธีการใช้คำหยาบ กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ และกลวิธีการใช้คำย่อ

4.4.2 กลวิธีการนำเสนอเนื้อหา โดยใช้แนวคิดของ กาญจนา ต้นโพธิ์ (2563) ซึ่งแบ่งประเด็นได้ 7 กลวิธี ได้แก่ การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวอื่น ๆ ประกอบเรื่องเล่า การอ้างอิงสื่อจากรูปภาพ การสร้างมุกตลก การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง และการประชดประชันล้อเลียนสังคม

4.5 เรียบเรียงข้องมูลให้เป็นระเบียบด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

4.6 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอแนะ

4.7 จัดทำรูปเล่มรายงาน และเผยแพร่ผลงานวิจัยต่อสาธารณะ

5. ผลการวิจัย

5.1 กลวิธีการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

กลวิธีการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผู้วิจัยพบจำนวนทั้งสิ้น 6 กลวิธี ตามแนวคิดของ กาญจนา ต้นโพธิ์ สรุปได้ดังนี้

5.1.1 กลวิธีการใช้คำสแลง คือ คำที่นำมาใช้แล้วทำให้เกิดภาพพจน์หรือรสชาติแปลก ๆ เป็นการใช้คำเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกของกลุ่มและแสดงความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ คำ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อความโพสต์ เช่น

“ รับใช้เผด็จการคืองานของขี้ข้า มุ้งมิ้ง ”

(กะลาธิปไตย : 20 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการใช้คำสแลง คือ “มุ้งมิ้ง” ซึ่งเป็นการสร้างคำขึ้นมาใหม่เพื่อที่จะสื่อถึงอารมณ์ ความรู้สึก หมายถึง น่ารัก น่าเอ็นดู โดยการใช้คำลักษณะนี้เป็นการใช้เพื่อเสียดสีฝ่ายทหารที่ทำงานให้แก่รัฐบาล ซึ่งคำว่า เผด็จการ หมายถึง ฝ่ายรัฐบาล ส่วน ขี้ข้า คือ ทหาร นั่นเอง และทิ้งท้ายด้วยคำว่า มุ้งมิ้ง ซึ่งปกติแล้วคำว่า มุ้งมิ้ง จะใช้กับคำชื่นชม แต่การที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อนั้นแสดงถึงความเหน็บแนมอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งตรงข้ามกับความหมายที่แท้จริง

5.1.2 กลวิธีการใช้คำเสียดสี – ล้อเลียน เป็นอาการที่ว่ากระทบกระเทียบเหน็บแหนม การตำหนิอย่างไม่ตรงไปตรงมา เพื่อเสียดสี ล้อเลียนความเขลาหรือความไม่ถูกต้องของมนุษย์และสังคม เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 59 ข้อความโพสต์ เช่น

“ กระดาษก็กลัว โบว์ขาวก็กลัว คุณพี่กลัวอะไรหรอค๊า? ”

(กะลาธิปไตย : 21 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการใช้คำเสียดสี – ล้อเลียน คือ “กระดาษก็กลัว โบว์ขาวก็กลัว คุณพี่กลัวอะไรค๊า” ซึ่งเป็นการสร้างคำเสียดสีต่อว่าฝ่ายรัฐบาลว่ากระดาษที่ผู้ชุมนุมเขียนข้อความประท้วงก็กลัว และการที่นักเรียนออกมาผูกโบว์ขาวซึ่งเป็นแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในการต่อต้านรัฐบาล และคำว่า “คุณพี่” หมายถึงรัฐบาล และคำว่า “ค๊า” เป็นคำที่แสดงถึงประชดเสียดสีในลักษณะเสียงสูงของประชาชนที่พาดพิงฝ่ายรัฐบาล

5.1.3 กลวิธีการใช้คำหยาบ เป็นคำที่สื่อถึงความไม่สุภาพ สื่อความความหมายในแง่ที่ไม่ดี หรือ ฟังไม่ไพเราะ ซึ่งรวมถึงคำที่สื่อเรื่องเพศ การด่าทอ การดูหมิ่น โดยมารยาททางสังคม การใช้คำหยาบเป็นเรื่องที่น่ารังเกียจ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 14 ข้อความโพสต์ เช่น

“ คนจนแดกบราวนี่ คนอับปรีย์แดกภาษีประชาชน ”

(กะลาธิปไตย : 22 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการใช้คำหยาบ 2 คำ คือ คำว่า “แดก” หมายถึง กิน และ คำว่า “อัปรีย์” หมายถึง ระยำ จัญไร เลวทราม ต่ำช้า จากข้อความเป็นคำหยาบที่มีความรุนแรง สื่อถึงความไม่พอใจของประชาชน อันเป็นเนื่องมาจากสถานการณ์การเมืองและเศรษฐกิจกำลังตกอยู่ในวิกฤต ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน ซึ่งบราวนี่เปรียบเสมือนกับอาหารที่มีราคาถูก แต่ในทางกลับกันรัฐบาลยังขูดรีดประชาชาชน ด้วยการเป็นถึงผู้นำ ซึ่งอยู่สบาย วัน ๆ ได้แต่นอนกินภาษีของประชาชนโดยไม่ได้ทำอะไร

5.1.4 กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ เป็นการยืมคำมาใช้ในแบบทับศัพท์โดยการถ่ายทอดเสียงคำภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย การเรียนแบบเสียงอักษรของแต่ละภาษาให้ตรงกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อความโพสต์ เช่น

“ ด๊อบบี้เป็นอิสระแล้ว เมื่อไหร่คนไทยจะเป็นอิสระบ้าง? ”

(กะลาธิปไตย : 20 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการใช้คำทับศัพท์ คือ "ด๊อบบี้"มาจากเรื่องแฮรี่พอตเตอร์ เจ.เค โรว์ลิง ซึ่งด๊อบบี้เป็นเอลฟ์ประจำบ้านของตระกูลมัลฟอย และได้รับความช่วยเหลือให้เป็นอิสรเสรีโดยแฮร์รี่ พอตเตอร์ ซึ่งเป็นการนำมาเปรียบเทียบกับประชาชนชาวไทยที่ว่า ด๊อบบี้ได้รับความช่วยเหลือให้พ้นภัยจากอันตรายแล้ว แต่ประเทศไทยยังคงจมอยู่กับอำนาจของรัฐบาลที่ยังคงคอยกดขี่ข่มเหงผู้คนในชาติ ทำให้ต้องตกอยู่ในสภาวะยากลำบากต่อการดำเนินชีวิต

5.1.5 กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอื่น ๆ ที่บุคคลหนึ่งไม่ได้ใช้สื่อสารพูดคุยในเวลาปกติ สำหรับผู้ที่ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งหรือมากกว่าเป็นหลัก จะถือว่าภาษาอื่นเป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อความโพสต์ เช่น

“we for pue democracy”

(กะลาธิปไตย : 22 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ คือ " we for pue democracy" เป็นการนำคำภาษาอังกฤษมาใช้โดยมีความหมายว่า เราต้องการประชาธิปไตย คำว่า democracy นำมาใช้ในแนวคิดที่เชื่อว่าประชาชนมีสิทธิที่จะปกครองตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเป็นประชาธิปไตยนั้นล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่มีอยู่ทั่วโลกซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในประชาธิปไตยเพื่อปกครองประเทศ จึงทำให้ประชาชนออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพ ความเป็นประชาธิปไตย

5.1.6 กลวิธีการใช้คำย่อ เป็นการนำอักษรบางตัวในคำหนึ่ง ๆ ใช้เรียกแทนคำเต็ม โดยมากจะเป็นพยัญชนะ อาจใส่จุดหรือไม่ใส่หลังอักษรนั้น ๆ นิยมนำอักษรต้นพยางค์ แต่บางครั้งก็มีการใช้อักษรท้ายพยางค์ก็มี ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อความโพสต์ เช่น

"ยุบสภา ยุบ ส.ว.250แก้รัฐธรรมนูญโจร หยุดคุกคามประชาชน"

(กะลาธิปไตย : 3สิงหาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์เพจกะลาธิปไตย พบกลวิธีการใช้คำย่อ คือ "สว." สว. ย่อมาจากคำว่า "สมาชิกวุฒิสภา" โดยเป็นสภาสูงคู่กับสภาผู้แทนราษฎรไทยซึ่งเป็นสภาล่างตามรัฐธรรมนูญ 2560 กำหนดให้สมาชิกวุฒิสภาชุดแรกมีจำนวน 250 คน ตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด โดยมีวาระดำรงตำแหน่ง 5 ปี ซึ่งในภาพดังกล่าวเป็นการเรียกร้องความไม่ยุติธรรมของประชาชน จากความไม่โปร่งใสของรัฐบาลที่ต้องการร่างรัฐธรรมนูญขึ้นมาใหม่

5.2. กลวิธีการนำเสนอเนื้อในแฟนเพจเฟซบุ๊ค

ผู้วิจัยพบจำนวนทั้งสิ้น 7 กลวิธี ตามแนวคิดของ กาญจนา ต้นโพธิ์ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอพอสังเขปดังต่อไปนี้

5.2.1 การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม เป็นกลวิธีที่นำเรื่องราวหรือข่าวสารที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังหรือเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในสังคมมานำเสนอให้เนื้อหาเพจมีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อความโพสต์ เช่น

" ถ้าใจเราสะอาด โคเคนก็แค่ยารักษาฟัน ม้าคือยานพาหนะ เฮโรอีนคือแป้ง "

(กะลาธิปไตย : 23 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ จะเห็นว่าเป็นกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม โดยมีลักษณะของการเสียดสีฝ่ายรัฐบาลในการบริหารดูแลประเทศ ด้วยการใช้ข้อความที่เป็นเหตุการณ์ข่าวสารในสังคมและผู้คนรู้ร่วมกันมากล่าวในข้อความ "โคเคนก็แค่ยารักษาฟัน ม้าคือยานพาหนะ เฮโรอีนคือแป้ง " ซึ่งเป็นเรื่องสารเสพติดที่จากเดิมจะมีราคาแพง แต่เนื่องจากรัฐบาลชุดนี้ไม่ให้ความสำคัญกับกระบวนการปราบปรามยาเสพติด จึงทำให้มีการนำเข้าและกระจายสารเสพติดภายในประเทศมากขึ้น จึงส่งผลให้ราคาสารเสพติดมีราคาที่ถูกลง เป็นการดึงดูดความสนใจผู้รับสารและต้องการให้ตีความตามเรื่องที่นำเสนอ

5.2.2 การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวอื่น ๆ ประกอบเรื่องเล่า เป็นกลวิธีการนำสื่อหรือเรื่องราวทั้งในรูปแบบของคลิป เว็บไซต์ ข้อเขียน หรือคำกล่าวของผู้อื่นมาอ้างอิงประกอบเรื่องที่นำเสนอ โดยผู้ส่งสารต้องการนำเสนอให้น่าเชื่อถือเพราะมีแหล่งอ้างอิงชัดเจน ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อความโพสต์ เช่น

"ภาษีอร่อยเท่าเมล็ดทานตะวันไหม ?"

(กะลาธิปไตย : 4 สิงหาคม 2563)

จากตัวอย่างโพสต์เพจกะลาธิปไตย จะเห็นได้ว่ามีการอ้างอิงมาจากการ์ตูน เรื่อง แฮมทาโร่ของประเทศญี่ปุ่น แต่งโดยริตซึโกะ คาวาอิ ซึ่งแฮมทาโร่เป็นตัวละครที่มีความชื่นชอบในการกินเมล็ดทานตะวัน และ

กินอย่างเอร็ดอร่อย จึงได้มีการหยิบยกเพลงมาท่อนหนึ่งที่มีความหมายคล้ายกับ “กินภาษีประชาชนอร่อยไหม” นำมาเปรียบเทียบกับรัฐบาลว่าในปัจจุบันนี้รัฐบาลไม่ได้เป็นแกนนำในการแก้ไขปัญญาของประเทศ มีแต่จะเพิ่มภาษีของประชาชนจึงไม่ต้องทำงานได้แต่กินภาษีของประชาชน ประชาชนเลยเกิดความไม่พึงพอใจเลยมีการออกมาล้อเลียนรัฐบาลด้วยข้อความ “ภาษีอร่อยเท่าเมล็ดทานตะวันไหม”

5.2.3 การอ้างอิงสื่อจากรูปภาพ เป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารนำรูปภาพต่าง ๆ ทั้งที่สร้างขึ้นเองหรือภาพทั่วไปมาประกอบการเล่าเรื่องซึ่งรูปภาพเหล่านี้มักเป็นภาพที่เชื่อมโยงกับกระแสสังคมหรือเรื่องราวบางอย่างที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นมาเพื่อนำเสนอเรื่องราวเพจ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อความโพสต์ เช่น

“คิดว่ายุงกินเลือดมาตลอด แต่ที่ไหนได้ยุงกินภาษีด้วย”

(กะลาธิปไตย : 24 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์เพจกะลาธิปไตย พบกลวิธีการอ้างอิงสื่อจากรูปภาพ คือ รูปภาพใบหน้าของนายกรัฐมนตรีมาประกอบในส่วนของหัวยุง เป็นการเปรียบเปรยการดำรงชีวิตของยุงด้วยการกินเลือด แต่นำคำมาเปลี่ยนในเชิงความหมายแฝงว่ายุงในที่นี้คือลุง ที่กำลังล้อเลียนว่ากินภาษีของประชาชน ถ้าเห็นรูปภาพดังกล่าวก็จะสามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจน

5.2.4 การสร้างมุกตลก เป็นกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาโดยมีเจตนาที่จะนำเสนอความตลกขบขัน หรือบางครั้งอาจใช้วิธีนำเสนอเรื่องอื่น ๆ แต่แทรกมุกตลกที่ต้องอาศัยการตีความเข้าไปด้วย กลวิธีการสร้างมุกตลกช่วยให้เกิดความสนุกสนาน ผ่อนคลายจากความตึงเครียด ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อความโพสต์ เช่น

“ ผัวก็อยากมี รัฐบาลดี ๆ ก็อยากได้ ”

(กะลาธิปไตย : 30 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ จะเห็นว่าได้มีการใช้กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยการใช้มุกตลก จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงในสังคมปัจจุบันที่ต้องการมีสามีเพื่อมาดูแลตัวเอง พอ ๆ ที่กับต้องการรัฐบาลดี ๆ มาดูแลประเทศ มาบริหารประเทศชาติให้มีความก้าวหน้า และเป็นการบอกความในใจของประชาชนอีกด้วยโดยใช้มุกตลก เพื่อลดความรุนแรงของเนื้อหาและยังสร้างอารมณ์ขันได้อีกด้วย

5.2.5 การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง เป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารหรือผู้สร้างเพจนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ในเพจของตนด้วยการพูดหรือเล่าเรื่องราวของตนเองอาจมีลักษณะเหมือนการทักทายสมาชิกเพจ หรือการพูดคุยเล่าประสบการณ์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นกับตนให้สมาชิกรับฟัง ทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้ส่งสาร ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 29 ข้อความโพสต์ เช่น

“ คนจันรีไม่เอาคนจัญไร ”

(กะลาธิปไตย : 22 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ พบกลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง คือ “ คนจัญรี ไม่เอาคนจัญไร ” หมายถึง คนจังหวัดจันทบุรีออกมาประท้วงมาชุมนุมแล้วใช้ภาษาให้มีความคล้องจองกันเพื่อเป็นการบ่งบอกให้รู้ว่าคนจันทบุรีไม่เอาคนจัญไร ซึ่งคนจัญไรในที่นี้ก็หมายถึงรัฐบาลคนจังหวัดจันทบุรีไม่เห็นด้วยกับการกระทำของรัฐบาลชุดนี้ จึงออกมาชุมนุมขับไล่ให้ออกไป

5.2.6 การแนะนำให้ข้อคิดหรือเตือนสติ เป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารนำเสนอเนื้อหาโดยหวังผลให้เกิดการแก้ไขเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมในสังคม โดยอาจนำเสนอในรูปภาษาตรงไปตรงมา หรือบางครั้งอาจใช้ภาษาอ้อม ๆ แต่แฝงเจตนาแนะนำหรือบางครั้งอาจตักเตือนแนะนำด้วยถ้อยคำภาษาที่รุนแรงอีกด้วย ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อความโพสต์ เช่น

“ ยุบสภาเถอะครับจะได้ไม่เป็นภาระของลูกหลาน ”

(กะลาธิปไตย : 29 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้อความโพสต์ จะเห็นว่าได้มีการใช้กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยการแนะนำให้ข้อคิดหรือเตือนสติ โดยอาจนำเสนอในรูปภาษาตรงไปตรงมา จากข้อความ “ยุบสภาเถอะครับ จะได้ไม่เป็นภาระของลูกหลาน” แสดงให้เห็นว่า เป็นการการแนะนำรัฐบาลว่าให้มีการยุบสภา เนื่องจากมีประชาชนจำนวนมากมีความว่ารัฐบาลชุดนี้มีการบริหารประเทศไปในทางที่ไม่มีการพัฒนาความเจริญ จึงเกิดข้อแนะนำให้ยุบสภาเพื่อให้คนรุ่นต่อไปที่เป็นกำลังสำคัญในการบริหารประเทศให้มีความเจริญยิ่งขึ้นไป

5.2.7 การประชดประชันล้อเลียนสังคมคือ กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาเพจที่ใช้ กลวิธีทางภาษาที่มีเจตนาประชดประชันเสียดสีคน หรือเรื่องราวในสังคม กลวิธีนี้อาจปรากฏในหลายลักษณะ เช่น อาจใช้ภาษาประชดประชันเสียดสี แบบตรงไปตรงมาปนด้วยภาษาในทางลบ หรือบาง ครั้งอาจใช้ภาษาอ้อมๆ ที่ต้องอาศัยการตีความ แต่แฝงเจตนาประชดประชันเสียดสี ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 27 ข้อความโพสต์ เช่น

“ นศ.ชุมนุมระวังอนาคตดับ ขอบคุณนะคะที่กล้าสอนหนู ”

(กะลาธิปไตย : 28 กรกฎาคม 2563)

จากข้อความโพสต์ จะเห็นกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยการเสียดสีประชดประชันหรือล้อเลียน โดยบริบทดังกล่าวผู้ส่งสารหรือฝ่ายรัฐบาล สร้างเนื้อหาด้วยการกล่าวถึงเหตุการณ์ที่นักศึกษาออกมาร่วมกันเรียกร้องต่อต้านประชาธิปไตย ว่า “ระวังอนาคตดับ” ผู้รับสารหรือกลุ่มนักศึกษา จึงมีการเสียดเสียดสีประชดประชันกลับในทำนองที่ว่า “ขอบคุณนะคะ ที่กล้าสอนหนู” ซึ่งเป็นการใช้คำที่สุภาพ แต่ทำให้ผู้รับสารนั้นรู้สึกได้ว่าเป็นการประชดประชัดอย่างเห็นได้ชัดเจน

6. อภิปรายผลการศึกษา

6.1 กลวิธีการใช้ภาษาในเพจกะลาธิปไตย ผลการวิจัยพบว่า ในการออกมาเรียกร้องหรือแสดงความคิดทางการเมืองของฝ่ายชุมนุมนั้น ปรากฏกลวิธีการใช้คำเสียดสีล้อเลียนมากที่สุด เนื่องจากว่า ผู้ส่งสารหรือฝ่ายต่อต้านรัฐบาล มีความไม่พึงพอใจ หรือไม่เห็นชอบในการกระทำ หรือบริหารบ้านเมืองของฝ่ายรัฐบาล และต้องการที่จะเรียกร้องความเป็นประชาธิปไตย หรือความเท่าเทียมกันในสังคม จึงมีการใช้ถ้อยคำการเรียกร้องในทำนองเสียดสี หรือล้อเลียนฝ่ายรัฐบาลอย่างตรงไปตรงมาปนด้วยภาษาในทางลบ หรือบางครั้งอาจใช้ภาษาอ้อม ๆ ที่ต้องอาศัยการตีความ แต่แฝงเจตนาประชดประชันเสียดสี ทั้งนี้ยังพบการเสียดสีรัฐบาลด้วยการใช้คำหยาบ เช่น มึง กู ไอ้สัส เหี้ย เป็นต้น หรือเป็นการใช้คำเฉพาะกลุ่มอย่างคำสแลง เช่น หลีหู สลิ่ม เป็นต้น ทั้งนั้นยังปรากฏกลวิธีการใช้ภาษาอีกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ และกลวิธีการใช้คำย่อ ที่ใช้ในป้ายเรียกร้องทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า เหตุการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีเฟื่องฟู จึงทำให้การออกมาเรียกร้องหรือต่อต้านฝ่ายรัฐบาล ปรากฏรูปแบบการใช้ภาษาที่หลากหลาย แปลกใหม่ และทันสมัย เป็นน่าสนใจอย่างมาก และได้เห็นถึงปรากฏการณ์ของภาษาไทยในสังคมออนไลน์และเปลี่ยนแปลงไปตามกลาลเวลาที่ทันสมัยขึ้นอีกด้วย

6.2 กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเพจกะลาธิปไตย จากการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในแฟนเพจเฟซบุ๊กกะลาธิปไตย ผู้วิจัยพบว่าฝ่ายต่อต้านรัฐบาล มีการใช้กลวิธีการนำเนื้อหาในการบอกเล่าเรื่องราวของตัวเองมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าฝ่ายต่อต้านรัฐบาลออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพที่ทุกคนในสังคมควรได้รับ จึงมีการนำเหตุการณ์ปัญหาหรือเรื่องราวส่วนตัวที่ตนพบเจอ สื่อผ่านการเขียนป้ายข้อความเพื่อ

บอกเล่าเรื่องราวในการเรียกร้อง ประชาธิปไตยอย่างแท้จริง และพบกลวิธีการนำเสนอเนื้อหายังปรากฏกลวิธีการประชดประชัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในการออกมาเรียกร้องสิทธิเสรีภาพนั้น มีการแฝงไปด้วยความไม่พึงพอใจ นอกจากนี้ฝ่ายต่อต้านรัฐบาลยังมีกลวิธีการนำเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมหรือกำลังเป็นกระแสสังคมอยู่ การสร้างมุขตลกขบขัน ล้อเลียนบุคคลหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ของฝ่ายรัฐบาล หรือมีการอ้างอิงรูปภาพประกอบ พร้อมทั้งยังมีการแนะนำให้ข้อคิดหรือเตือนสติเรื่องราวเหตุการ์ทางการเมืองที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อสื่อให้ผู้รับสารได้เห็นถึงการเรียกร้องประชาธิปไตยด้วยกลวิธีต่าง ๆของฝ่ายต่อต้านรัฐบาล

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้เห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตยนิยมสร้างสรรค์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ มีความทันสมัย และมีความหลากหลาย ซึ่งกลวิธีต่าง ๆ ล้วนเกิดจากการคิดสร้างสรรค์ พิถีพิถัน ในการเลือกใช้ถ้อยคำ แม้ภาษาจะเป็นภาษาพูดธรรมดาพบได้ทั่วไปในสังคม แต่การนำเสนอเนื้อหาและภาษากลับโดดเด่นดึงดูดความสนใจ ทำให้เกิดผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าภาษาในเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นเป็นภาพแทนของภาษาไทยในสังคมยุคใหม่ หรือ ยุคดิจิทัล อย่างชัดเจน และที่เห็นได้ชัดคนในสังคมออนไลน์ ต้องการความสะดวกรวดเร็วและความทันสมัย จึงทำให้มีการส่งต่อข่าวสารหรือแสดงความคิดเห็นกันอย่างว่องไว ซึ่งเพจกะลาธิปไตยนั้น เป็นเพจที่เกิดขึ้นในช่วงเหตุการณ์ทางการเมืองในยุคปัจจุบัน และมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากเพจอื่น ๆ ทั้งการนำเสนอเนื้อหา การใช้ภาษา กลวิธีการถ่ายทอดเรื่องราว จึงทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจเพจกลายเป็นที่นิยมภายในเวลาอันรวดเร็ว และถ่ายทอดเรื่องราวที่ กำลังเป็นที่นิยมอย่างสร้างสรรค์อย่างน่าติดตาม ซึ่งการใช้ภาษาแปลกใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจเป็นเรื่องที่ดี แต่บางครั้งก็ทำให้เกิดความเสื่อมเสียได้ เนื่องจากคำพูดที่มีการเหน็บแนม มีความรุนแรงมากเกินไป ทำให้เยาวชนที่ได้รับข่าวสารเหล่านี้ได้รับความรู้ในส่วนของคำและความหมายที่ผิดเพี้ยนไป อาจส่งผลกระทบให้เยาวชนมีลักษณะนิสัยไม่ดีได้

ดังนั้นกลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหานั้นควรคำนึงถึงความปลอดภัยของเยาวชนในการเรียนรู้ และนำความรู้จากการศึกษาคำและความหมายเหล่านี้ไปปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่เยาวชนรุ่นหลังได้ดีที่สุด

7. ข้อเสนอแนะของการวิจัย

7.1 ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ความจริงประเทศไทย” หรือเฟซบุ๊กแฟนเพจอื่น ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม และนำมาเปรียบเทียบกับเฟซบุ๊กแฟนเพจกะลาธิปไตย เพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลวิธีในการใช้ภาษาและนำเสนอเนื้อหา

7.2 ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กแฟนเพจอื่น ๆ ที่ทันสมัยน้อยกว่า เช่น ผ่านมาแล้วประมาณ 10 – 20 ปี แต่ที่มีการนำเสนอเนื้อหาไปในทางเดียวกัน เช่น เรียกร้องการเมือง และนำมาเปรียบเทียบ กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาผ่านข้อความโพสต์การเรียกร้องทางการเมือง

8. กิตติกรรมประกาศ

ในโอกาสนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่เป็นผู้สนับสนุนและอยู่เบื้องหลังความสำเร็จครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ดุษฎีพาณิชย์. (2555). *การนำเสนอเนื้อหาทางเฟสบุ๊คแฟนเพจประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

กาญจนา ต้นโพธิ์. (2563). *การศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยมของไทย.* บทความของงานวิจัยเรื่อง “พลวัตของภาษาไทยในยุคดิจิทัล: การศึกษาเชิงวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและรูปแบบการสื่อสารในเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยมของไทย”, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จุฑามาศ ทองแก้ว. (2560). *เฟซบุ๊คแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม.* วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม, มหาวิทยาสงขลานครินทร์.

ฉัตรา บุนนาค. สุวรรณี อุดมผล และ วรรณี พุทธเจริญทอง. (2522). *ศิลปะการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำและทาง ธุรกิจ.* กรุงเทพฯ: ประกายพรึก.

ญาดา ชาญบัญชี. (2551). *กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา.* ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์การศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นันทวิช เหล่าวิชยา. (2554). สื่อออนไลน์กับอำนาจทางการเมือง. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 32(2), 105-109.

บรรจบ พันธุเมธา. (2532). *ลักษณะและการใช้ภาษาไทย.* กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. (2562). กลวิธีการใช้ภาษาในป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 24 มีนาคม 2562 กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก เขตเลือกตั้งที่ 1. *วารสาร สจล.ชุมพรเขตอุดมศักดิ์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร*, 1(1-2), 1-7.

สุพรรษา ภักตรนิกร. (2562). กลวิธีการใช้ภาษาเพื่ออุดมการณ์การเมืองในการ์ตูนตลกรายสัปดาห์. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร,* 16(1), 91-111.

สุวรรณา งามเหลือ. (2559). *การศึกษาวิเคราะห์ภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) จากทวิตเตอร์

A STUDY ON THE USE OF SATIRICAL LANGUAGE OF LGBTIQ FROM TWITTER

ทยากร บุญจันทร์ กนกพร เลิศแล้ว กมลวรรณ สุขสบาย
จุฑามาศ คำแหง สุชาดา สุดจันทร์
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: tong.tayakorn.1110.1110@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ LGBTIQ จากทวิตเตอร์ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ จากเว็บไซต์ Twitter เลือกศึกษาเฉพาะแฮชแท็กยอดนิยม ตั้งแต่เดือนมีนาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 80 ป้าย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดกลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า การใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) สามารถสรุปได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความหมายของถ้อยคำ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน และการใช้คำที่มีความหมายแฝง 2) ด้านการใช้ภาษา มี 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำหยาบ การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำย่อ และการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม 3) ด้านเจตนาในการสื่อสาร มี 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ความเปรียบ การใช้คำแสร้งเสียดสีผู้อื่น และการใช้คำไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย จากผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การใช้ภาษาเสียดสีในป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ แต่ละป้ายอาจเลือกเน้นกลวิธีการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน แต่จุดมุ่งหมายของการใช้ภาษายังคงเป็นการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาค เพื่อให้สังคมอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมทั้งคุณภาพชีวิตและสิทธิเสรีภาพของคนในสังคมไทย

คำสำคัญ: การใช้ภาษาเสียดสี ป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพ กลุ่ม LGBTIQ

ABSTRACT

This research article aimed to study the use of satirical language of LGBTIQ from twitter using a qualitative research method. Eighty posters used in rights and freedom protest by LGBTIQ were collected from website twitter, popular hatch tag only, between March and August 2020, and used as research data. The findings showed that the use of satirical language of LGBTIQ was divided into three categories: 1) the meaning of word was divided into two types, they were the use of verbal irony and the use of connotative words. 2) the use of language was divided into four types, they were the use of rude words, the use of foreign words, the use of abbreviated words, and the use of language for specific group. 3) communication intent was divided into three types, they were the use of comparison, the use of satirical words, and the use of words without specific target. The findings reflected that the satirical language in each poster of the protest for rights and freedom of LGBTIQ was presented in different techniques. However, the objective of language use was still the sane. That is, the call for rights, freedom and equality in order to make the society base on the foundation of equality in both quality of life and rights and freedom of the people.

Keywords: the use of satirical language, posters of the protest for rights and freedom, LGBTIQ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) เป็นกลุ่มบุคคลที่ประกอบไปด้วยหญิงรักหญิง (Lesbian) ชายรักชาย (Gay) บุคคลรักสองเพศ (Bisexual) บุคคลข้ามเพศ (Transgender) บุคคลสองเพศ (Intersex) และผู้ไม่นิยามเพศ (Queer) ซึ่งไม่ได้เป็นที่ยอมรับจากคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย และถูกวิพากษ์วิจารณ์หรือนำเสนอในเชิงลบ โดยปราศจากความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับเพศวิถี มีการนำเสนอภาพลักษณ์ในสื่อสาธารณะ มองว่ากลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศนั้นเป็นผู้มีความบกพร่องทางจิตใจ สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจของสื่อและสังคมโดยรวมที่มิได้มองกลุ่มคนเหล่านี้ว่าเป็นบุคคลปกติเหมือนกับบุคคลทั่วไปซึ่งนิยามตนเองว่า “หญิง” หรือ “ชาย”

การนิยามความเป็นหญิงหรือชายถือเป็นการใช้ภาษาอย่างหนึ่งในการสื่อสารที่มีบทบาทต่อคนในสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการพัฒนาลักษณะการใช้ภาษาให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น ผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อให้การเกิดความเข้าใจ ซึ่งการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การสื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตซึ่งถือเป็นการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ทั้งในเรื่องการสื่อสาร และการวิพากษ์วิจารณ์ผ่านสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็นและวิพากวิจารณ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ทวิตเตอร์ ซึ่งมีการให้บริการเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ จำพวกไมโครบล็อก ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 โดย แจ็ก ดอร์ซี, บิซ สโตน และอีวาน วิลเลียมส์ เจ้าของบริษัทอ็อบวีโออุส และต่อมาในเดือนกรกฎาคมก็ได้เปิดตัวเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมจากทั่วโลก มีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนเข้าใช้มากกว่า 500 ล้านคน รวมไปถึงมีทวีตมากกว่า 340 ล้านทวีตต่อวัน และมีการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ มากกว่า 1,600 ล้านครั้งต่อวันนับตั้งแต่วันเปิดตัว ทวิตเตอร์จึงเป็นเว็บไซต์ 1 ใน 10 อันดับที่มีผู้เข้าใช้งานมากที่สุด โดยได้รับการขนานนามว่าเป็นเว็บไซต์สำหรับการส่งบริการข้อความสั้นบนอินเทอร์เน็ต

ดังนั้น การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เข้ามามีบทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน ทั้งการเผยแพร่ข่าวสารและการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมผ่านการใช้ภาษาในลักษณะของการเสียดสี ซึ่งเป็นการใช้ภาษาแบบกระทบกระเทียบ

หรือในลักษณะประชดประชันพฤติกรรมของมนุษย์และสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องโดยไม่วิเคราะห์วิจารณ์สื่อข่าวตำหนิโดยตรง แต่วิจารณ์เชิงว่ากระทบเพื่อแสดงความหมายนัยมากกว่าในตรง (ชาสินี สำราญอินทร์, 2557) กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีการต่อสู้เพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมกันในสังคม อย่างไรก็ตามกลุ่มคนเพศทางเลือกก็ได้ต่อสู้กับสิ่งที่เกิดขึ้นมาโดยตลอด จนเมื่อวันที่ 29 ก.พ. 2563 เป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีกลุ่มนักเรียนไปยื่นหนังสือเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพ ทั้งนี้เพื่อขจัดความไม่เท่าเทียมทางเพศและสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อสิทธินักเรียนกลุ่ม LGBTIQ ด้านทรงผม การแต่งกาย ความเข้าใจที่ถูกต้องและการไม่เลือกปฏิบัติ

จะเห็นได้ว่า ความไม่เท่าเทียมกันของคนในสังคมและความเหลื่อมล้ำทางเพศส่งผลให้เกิดการเรียกร้องความเท่าเทียมกันทางเพศและต่อต้านความเหลื่อมล้ำของคนในสังคมผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ การใช้ภาษาผ่านช่องทางต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการรวมตัวหรือการชุมนุมประท้วง และเกิดการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถสะท้อนลักษณะเด่นของการใช้ภาษาได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาเสียดสีเพื่อเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพต่อคนในสังคม และความเท่าเทียมทางเพศ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) เนื่องจากผู้วิจัยพบว่า ป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพปรากฏลักษณะการใช้ภาษาสมัยใหม่ตรงไปตรงมา และมีลักษณะโดดเด่นที่ทำให้สามารถสื่อสารได้เข้าถึงกลุ่มคนอย่างหลากหลาย รวมถึงการเลือกใช้ประเด็นที่มีความสำคัญ เลือกสรรถ้อยคำหรือข้อความเพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่านผ่านด้วยกลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีและผ่านกระบวนการวิจัยทางความคิด เป็นเหตุทำให้ภาษาที่ใช้มีความน่าสนใจ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คือการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันและมีประโยชน์ต่อวงวิชาการ คือนำไปต่อยอดเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ LGBTIQ จากทวิตเตอร์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาเสียดสี

จากการสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษา พบว่า ผู้ศึกษาพบการใช้กลวิธีทางภาษาในขอบเขตการศึกษาที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามในที่นี้ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงเฉพาะเอกสารและงานวิจัยที่ใกล้เคียงกับบทความฉบับนี้เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ใช้เป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

วชิรารัตน์ นิรันดร์ เตชาภัทร์ (2550) ได้ให้ความหมายของคำว่า “เสียดสี” หมายถึง การกล่าวถึงบุคคล กลุ่มบุคคลสถาบันองค์กรหน่วยงานในทางการกระแนะกันแหน วิพากษ์วิจารณ์โดยกระทบกระเทียบด้วยการใช้ภาพ ข้อเขียน ประกอบกับสร้างความหมายทั้งความหมายตรงและความหมายแฝงในการสื่อสารเพื่อชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง รวมทั้งสนับสนุนในสิ่งที่เหมาะสมทำให้เกิดการปรับปรุงส่วนที่บกพร่องให้ดีขึ้นและพัฒนาส่วนที่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไป

กอบกุล อิงคุทานานท์ (2537) ได้กล่าวถึงเรื่อง การเสียดสี ว่าเป็นศิลปะทางวรรณศิลป์ชนิดหนึ่งซึ่งใช้วิธีลดทอนคุณลักษณะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการทำให้ดูน่าหัวร่อ เพื่อปลูกให้เกิดความบันเทิงผสมผสานไปด้วยการดูถูกเยาะหยันเสียดสี สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเสียดสีอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลชนชั้นใดชั้นหนึ่ง

ศิริพร สุภาพงษ์ (2547) ศึกษาเรื่องการเสียดสีในเรื่องสั้นของคึกฤทธิ์ ปราโมช ผลของการวิจัยบ่งชี้ว่า เรื่องสั้นของคึกฤทธิ์มุ่งเสียดสีบุคคลและสภาพสังคม ค่านิยม ความเป็นอยู่ เป็นต้น ว่าข้าราชการ นักการเมืองและผู้หญิงส่วนสภาพสังคมเสียดสีความสังคมและวัฒนธรรม ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ตั้งชื่อเรื่องและสร้างตัวละครแบบแฝง ส่วนน้ำเสียงและการใช้ภาพพจน์ ผู้วิจัยพบว่านักเขียนใช้น้ำเสียงล้อเลียน ประชดประชัน แดกดัน เย้ยหยันมีการใช้ความหมายตรง ความหมายแฝงและสัญลักษณ์อย่างกลมกลืนกับเนื้อเรื่องที่ทำให้ผู้อ่านตีความการใช้ภาษาได้อย่างดี

จากการสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการใช้ภาษาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) จากทวิตเตอร์ในลำดับต่อไป

3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพ

สิทธิและเสรีภาพมนุษยชน (Human Rights) เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน โดยเป็นสิทธิทั้งหลายซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศที่มีอารยะธรรมว่าเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในการดำรงชีวิต ดังที่ [ศักดิ์ศรี วีระโลจายะ, 2525] กล่าวว่า รัฐบาลไม่ใช่ผู้ที่มอบสิทธิดังกล่าวแต่เป็นผู้ที่ต้องคุ้มครองสิทธินั้น โดยประชาชนมีเสรีภาพซึ่งอยู่บนรากฐานของความยุติธรรม ความอดทนอดกลั้น ความมีศักดิ์ศรีและความการพซึ่งกัน คำว่า สิทธิมนุษยชนมาจากคำว่า "Rights of Man" แปลมาจากภาษาฝรั่งเศสว่า "DRIOTS DE L'HOMME" เป็นคำที่ปรากฏในเอกสารทางประวัติศาสตร์สำคัญ เรื่อง “ปฏิญญาว่าด้วยสิทธิมนุษย์และพลเมือง” โดยสรุปได้ว่าเป็นกลุ่มของแนวคิดที่เหมือนกับสิทธิพลเมือง (Civil Rights) เสรีภาพของพลเมือง (CMl Liberties) หรือสิทธิทางธรรมชาติ (Natural Rights) เป็นยอมรับของทุกคน

วไล ณ ป้อมเพชร (2547) ให้ความหมายของ “สิทธิมนุษยชน” ไว้ว่าเป็นศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเสมอภาคตลอดจนเสรีภาพและอิสรภาพในชีวิตและร่างกาย ซึ่งเป็นสิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์และเป็นสิทธิที่ได้มีการรับรองหรือคุ้มครองตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และตามหลักการสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ตลอดจนตามแนวทางของข้อตกลงระหว่างประเทศไทยมีพันธกรณีที่ต้องปฏิบัติตาม

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า สิทธิมนุษยชนครอบคลุมไปถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม แทบจะไม่มีการกล่าวถึงสิทธิมนุษยชนของผู้มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศที่พึงได้รับเช่นเดียวกับคนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

3.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม LGBTIQ

LGBTIQ เป็นคำที่ หมายถึง กลุ่มเพศทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นเลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานเจนเดอร์ เควียร์ ที่ไม่ใช่กลุ่มเพศตามเพศสภาพหรือ Cisgender โดยบางคนก็เรียก LGBT บ้าง บางคนก็เรียก LGBTIQ หรือ LGBTQA ก็มี แต่โดยรวมแล้วก็หมายถึงกลุ่มคนเพศทางเลือกนั่นเอง โดยตัวอักษรเหล่านี้ก็ย่อมาจากสมาชิกในกลุ่ม คือ Lesbian เลสเบี้ยน หรือว่าผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน Gay เกย์ คือผู้ชายที่ชอบผู้ชาย แต่บางคนก็กล่าวรวมว่าคือคนที่ชอบเพศเดียวกัน Bisexual คนที่ชอบทั้งผู้ชายและผู้หญิง (สังเกตว่า Bi หมายถึง 2 นั่นเอง) Transgender คนข้ามเพศ คือผู้หญิงที่มีจิตใจเป็นผู้ชาย ผู้ชายที่มีจิตใจเป็นผู้หญิง I (Intersex) บุคคลที่มีภาวะเพศกำเนิดทั้ง 2 เพศ และQueer หมายถึงกลุ่มคนที่ไม่ได้มีเพศตามขนบสังคมทั่วไป ไม่จำกัดกรอบ ปัจจุบันประเด็นเรื่องความหลากหลายทางเพศ (Sexual Diversity) ได้กลายเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การสหประชาชาติซึ่งมีบทบาทสำคัญในการวางแนวทางคุ้มครองเพศทางเลือกที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

ท่ามกลางความหลากหลายทางเพศ ภายใต้กฎหมายสิทธิมนุษยชนหรือที่เรียกว่า “เพศวิถีของคนส่วนน้อย (Sexual Minorities)” หรือบางครั้งมีการใช้คำเรียกโดยรวมว่า “เพศที่สาม”

ดังนั้น หากศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีในป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGPTIQ ซึ่งเป็นการเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพที่นำเสนอข้อเท็จจริง จึงต้องมุ่งไปที่การเลือกสรรถ้อยคำของกลุ่ม LGPTIQ เพื่อถ่ายทอดหรือสื่อความไปยังสื่อออนไลน์เพื่อตีความโดยนัยแอบแฝงที่กลุ่ม LGPTIQ ต้องการจะนำเสนอ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) มีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

4.1 ขอบเขตการวิจัย รวบรวมป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ จากเว็บไซต์ Twitter เลือกศึกษาเฉพาะแฮชแท็กยอดนิยม 9 อันดับ และนำเนื้อหาในป้ายทั้งหมดมาถอดความ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาสาระในป้าย แล้วนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

4.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 ขั้นศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยและกำหนดแหล่งข้อมูลที่จะทำการวิจัย ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการใช้ภาษาเสียดสี และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิทธิกลุ่ม LGBTIQ

4.2.2 ขั้นจัดทำข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ โดยนำไปสู่ขั้นตอนการจัดทำข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ การรวบรวมป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ จากทวิตเตอร์ และจัดเรียงข้อมูลตามลำดับความสำคัญ

4.2.3 ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์การใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTIQ) สามารถสรุปได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความหมายของถ้อยคำ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน และการใช้คำที่มีความหมายแฝง 2) ด้านการใช้ภาษา มี 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำหยาบ การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำย่อ และการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม 3) ด้านเจตนาในการสื่อสาร มี 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ความเปรียบ การใช้คำแสร้งเสียดสีผู้อื่น และการใช้คำไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย

4.3 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ บทความนี้เป็นการศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศจากทวิตเตอร์ วิเคราะห์ว่ากลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีว่ามีลักษณะอย่างไรบ้าง เพื่อให้นำไปสู่ขั้นตอนของการสรุปผล อภิปรายผล และรวมไปถึงข้อเสนอแนะในลำดับต่อไป

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีในป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ ปรากฏผลดังนี้

5.1 ด้านความหมายของถ้อยคำ สามารถจำแนกได้ 2 ประเด็น ดังนี้

5.1.1 การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน หมายถึง การพูดอย่างหนึ่งแต่ความหมายตรงกันข้าม หรือการพูดสิ่งที่ผู้พูดเชื่อว่าเป็นเท็จและการแสดงวัจนกรรมต่าง ๆ โดยละเมิดเงื่อนไขความจริงใจของวัจนกรรมประเภทนั้น ๆ ได้แก่

5.1.1.1 การใช้ถ้อยคำนัยผกผันในรูปวัจนกรรมการถาม หมายถึง ถ้อยคำที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขเกี่ยวกับความจริงใจการถาม กล่าวคือ ผู้พูดไม่ได้ต้องการคำตอบหรือข้อมูลใด ๆ แต่ต้องการสื่อความหมายบางอย่างซึ่งตรงข้ามกับถ้อยคำที่กล่าวมาเพื่อเป็นการเสียดสีผู้ฟัง ตัวอย่างเช่น

เพศทางเลือก ? ใครเลือกนะคะคุณพี่ ?

[Twitter, เราไม่ใช่ตัวประหลาด: 29 กรกฎาคม 2563]

จากประโยคข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ถ้อยคำการเสียดสีในรูปวัจนกรรมการถาม คือคำว่า "ใครเลือก" ซึ่งเป็นประโยคคำถามที่เสียดสีด้านความหมาย เพราะคำว่า "เพศทางเลือก" ในที่นี้ที่ทุกคนเกิดมาไม่ได้เลือกและปัญหาสำคัญของคำนี้อยู่ที่คำว่า "ทางเลือก" เนื่องจากคำ ๆ นี้สนับสนุนให้ทุกคนคิดว่าตัวตนทางเพศใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ผู้ชายผู้หญิงหรือวิถีทางเพศอื่น ๆ ล้วนแต่เป็นการตัดสินใจของคน ๆ นั้น ซึ่งการสนับสนุนความเชื่อเช่นนี้ก่อให้เกิดปัญหาที่ตามมาตลอด จึงทำให้กลุ่มที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมในเรื่องของเพศมองว่าวิถีทางเพศอื่น ๆ อย่างไรก็ตามไม่ว่าเรื่องของเพศวิถีจะเป็นทางเลือกหรือไม่ เราก็ควรสนับสนุนให้คนทุกคนกล้าค้นหาเพื่อค้นพบเพศวิถีที่เหมาะสมกับตัวเอง

5.1.1.2 การใช้ถ้อยคำนัยผกผันในรูปวัจนกรรมการแนะนำ หมายถึงถ้อยคำที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขเกี่ยวกับความจริงใจการแนะนำ กล่าวคือผู้พูดไม่ได้ต้องการให้ผู้ฟังกระทำตามสิ่งที่ผู้พูดแนะนำ แต่เป็นการเสียดสีผู้ฟัง ผู้เสียดสีจะแนะนำให้ผู้ถูกเสียดสีกระทำในสิ่งที่ผู้เสียดสีคิดว่าไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ถูกเสียดสี ตัวอย่างเช่น

การจดทะเบียนแต่งงาน เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของทุกคนและทุกเพศ

[Twitter, #LGBTIQ: 8 สิงหาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะของการใช้ถ้อยคำนัยผกผันในรูปวัจนกรรมการแนะนำ ในข้อความดังกล่าวเป็นการใช้คำเพื่อสื่อความหมายแนะนำให้ผู้มีอำนาจในทางกฎหมายให้แก้ไขข้อกฎหมายเพื่อสิทธิและเสรีภาพในสังคม และเพื่อต้องการให้สังคมยอมรับความเท่าเทียมด้านเพศ ให้คนทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศหมั้น สมรสกันได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และให้มีสิทธิหน้าที่ระหว่างคู่สมรสในเรื่องต่าง ๆ ตามกฎหมายซึ่งการจดทะเบียนแต่งงานหรือสิทธิส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่มนุษย์ในสังคมต้องได้รับและการเรียกร้องความเท่าเทียมกันทางสังคม ถือเป็นการเรียกร้องที่สะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยยังไม่ยอมรับความแตกต่างด้านเพศและยังไม่ได้รับความเป็นธรรมจากสังคม เพราะยังไม่ได้รับสิทธิที่พึงจะได้รับ

5.1.2 การใช้คำที่มีความหมายแฝง หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่มีความหมายแฝงไม่ใช่ถ้อยคำที่มีความหมายประจำคำ เป็นความหมายในแง่มุมที่ลึกซึ้งบางแง่มุมซึ่งสัมพันธ์กับคำคำนั้น ตัวอย่างเช่น

เนื่องจากจะผูกโบว์ขาวแล้ว เรายังผูกโบว์รุ้งด้วยเช่นกันเพื่อรณรงค์

#สมรสเท่าเทียม #LGBTIQ

[Twitter, #สมรสเท่าเทียม: 19 สิงหาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าประโยคดังกล่าวมีการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะของการใช้ความหมายแฝง โดยกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพใช้คำพูดที่ว่า "ผูกโบว์ขาวกับผูกโบว์รุ้ง" เป็นสัญลักษณ์แทนความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียน โดยผูกโบว์ขาว หมายถึง อิสรภาพและความบริสุทธิของเหล่าน้อง ๆ เยาวชนทั้งหลายที่ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพทางการเมือง หรือเรียกอีกอย่างว่า ผูกโบว์ขาวต้านเผด็จการ ส่วนโบว์สีรุ้งเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มคนเพศที่สามถูกคิดขึ้นมาโดยศิลปินชื่อนาย Gilbert Baker เนื่องจากตอนนั้นเขารู้สึกว่าการเป็นคนเพศที่สาม และการจะแสดงออกถึงการมีตัวตนอยู่ของพวกเขาจะต้องมีสัญลักษณ์ที่แตกต่าง โบว์สีรุ้งจึงเกิดขึ้นและความหมายของสีที่แตกต่างทั้ง 6 สีนี้ก็คือภราดรภาพ หรือมิตรภาพและการอยู่ร่วมกัน เพราะชาวเพศที่สามนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่มาจากไหนก็ได้ เชื้อชาติไหนก็ได้ ทุกคนอาจมาจากต่างถิ่นต่างเชื้อชาติ แต่ใจทุกคนมีจุดประสงค์เดียวกัน และสีรุ้งยังเป็นสีแห่งธรรมชาติที่สวยงามและสดใส ดังนั้น

ในแต่ละสีของสีรุ้งนั้นก็มีความหมายที่แตกต่างกันไปดังนี้ สีแดงคือชีวิต สีส้มคือการเขียวยา สีเหลืองคือแสงของดวงอาทิตย์ สีเขียวคือธรรมชาติ สีฟ้าคือความสามัคคีและอิสรภาพ และสีม่วงคือจิตวิญญาณ และสีรุ้งก็จะอยู่เป็นสัญลักษณ์ประจำใจของชาวเพศที่สามนิรันดร

5.2 ด้านการใช้ภาษา สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ดังนี้

5.2.1 การใช้คำหยาบ หมายถึง คำที่สื่อถึงความไม่สุภาพ สื่อความความหมายในแง่ที่ไม่ดี หรือฟังไม่ไพเราะ ซึ่งรวมถึงคำที่สื่อเรื่องเพศ การด่าทอ การดูหมิ่น โดยมารยาททางสังคม การใช้คำหยาบเป็นเรื่องที่น่ารังเกียจ สำหรับภาษาไทยอาจระบุเนื้อหาของคำหยาบไม่เหมือนกันตามแต่ละระดับสังคมและภาษาของแต่ละท้องถิ่น การใช้คำหยาบขึ้นอยู่กับวาระและกลุ่มบุคคลที่สื่อสาร โดยในแต่ละยุคจะมีการถือเรื่องสแลงต่างกัน ตัวอย่างเช่น

***ลามะลิลาขึ้นต้นอะไรก็ได้ แต่ตอนลงท้ายต้องเป็นสระอา
แบบประเมินยังมีเหยียดเพศ สพฐ.อีทุเรศ เป็นต้นเหตุของปัญหา (***)
เรื่องเพศขึ้นอยู่กับจิตใจ ไม่ใช่อวัยวะใด ที่อยู่ใต้หว่างขา
อะหรือว่าเป็นประเพณี วัฒนธรรมอันดี ที่สืบสานมา
แต่คุณพี่อย่ามาดัดจริต ประเทศไทยเมืองบุดดิส แค่วาทกรรมมายา (***)

[Twitter, #นักเรียนเลว: 9 เมษายน 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะการใช้คำหยาบในข้อความดังกล่าวเป็นการใช้คำหยาบเพื่อให้ผู้อ่านเข้าถึงความรู้สึกและเพื่อถ่ายทอดการแบ่งแยกทางสังคมที่ตนได้รับให้ผู้อ่านเข้าใจ การใช้ภาษาเสียดสีดังกล่าวจึงเป็นการกล่าวเสียดสีระบบการศึกษาไทยและสังคมไทยว่าเป็นสังคมที่ยังยึดความเป็นแบบแผนโบราณ ไม่พัฒนา เห็นความแตกต่างเรื่องเพศเป็นปัญหาหลักในการศึกษาและไม่ยอมรับความแตกต่างเรื่องเพศ เพราะยึดบรรทัดฐานทางสังคมมาเป็นตัวชี้วัดบุคคล และระบบการศึกษาไทยยังคงมีปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ เนื่องจากการศึกษาไม่ได้ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ จึงมีการเรียกร้องให้ผู้มีอำนาจในรัฐรับฟังปัญหาที่แท้จริงของผู้เรียนและไม่แบ่งแยกความแตกต่างของเด็กเพราะเรื่องเพศ

5.2.2 การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การใช้ภาษาอื่น ๆ ที่บุคคลหนึ่งไม่ได้ใช้สื่อสารพูดคุยในเวลาปกติ สำหรับผู้ที่ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งหรือมากกว่าเป็นหลัก จะถือว่าภาษาอื่นเป็นภาษาต่างประเทศ ไม่เพียงเฉพาะภาษาอังกฤษที่อาจนับเป็นภาษาต่างประเทศตามความหมายข้างต้น แต่ก็ยังมีรูปแบบอื่นของภาษาต่างประเทศด้วย เช่น

OUR FIRST DICTATORSHIP IS SCHOOL

[Twitter, เราไม่ใช่ตัวประหลาด: 29 กรกฎาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะการใช้ภาษาต่างประเทศในการเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพ ในประโยคที่ว่า OUR FIRST DICTATORSHIP IS SCHOOL หมายถึง การปกครองเป็นเผด็จการครั้งแรกเกิดขึ้นในโรงเรียน เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าห้องเรียนคือโลกจำลองของสังคม ถ้าห้องเรียนเผด็จการ สังคมก็เผด็จการ แต่ถ้าห้องเรียนเป็นประชาธิปไตย สังคมก็ประชาธิปไตย ดังความคิดที่ว่า “สิ่งที่สอนในโรงเรียนไม่ใช่การศึกษา แต่เป็นวิธีการศึกษา เพราะการศึกษาไม่ใช่การเตรียมตัวของชีวิต มันคือชีวิตในตัวมันเอง”

5.2.3 การใช้คำย่อ หมายถึง การนำอักษรบางตัวในคำหนึ่ง ๆ ใช้เรียกแทนคำเต็ม โดยมากจะเป็นพยัญชนะอาจใส่จุดหรือไม่ใส่หลังอักษรนั้น ๆ นิยมนำอักษรต้นพยางค์ แต่บางครั้งก็มีการใช้อักษรท้ายพยางค์และบางครั้งอักษรย่อก็สามารถอ่านได้เป็นพยางค์ใหม่ ตัวอย่างเช่น

สนับสนุน พ.ร.บ คู่ชีวิต

[Twitter, #LGBTIQ: 8 กรกฎาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะการใช้คำย่อ ในข้อความดังกล่าวเป็นการใช้คำเพื่อแสดงถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคู่ชีวิต ซึ่งในประโยคข้างต้นใช้คำย่อ พ.ร.บ คู่ชีวิต แทนพระราชบัญญัติคู่ชีวิต เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายขึ้นและเพื่อให้การสื่อสารในพื้นที่จำกัดสามารถถ่ายทอดเนื้อหาและความคิดของผู้ชุมนุมได้อย่างเข้าใจ นอกจากนี้การใช้คำย่อยังแสดงให้เห็นถึงประเด็นที่สำคัญในการเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของผู้ชุมชุมได้ด้วยเช่นกันและยังสะท้อนให้เห็นว่าคนในสังคมต้องการความเท่าเทียมกันทางเพศและต้องการให้สังคมเปิดกว้างมากขึ้นซึ่งเป็นสิทธิและความเท่าเทียมของคนในสังคมที่พึงจะได้รับ

5.2.4 การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม หมายถึง คำเรียกการใช้ภาษาหรือคำศัพท์สำหรับเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะอาชีพ ซึ่งมีลักษณะของศัพท์สแลงหรือภาษาพูด ภาษาเฉพาะอาชีพมักใช้ในการพูดสำหรับเข้าใจกันเฉพาะกลุ่มเพื่อไม่ให้ภาษาหรือคำยืดยาว ซึ่งมักจะทำให้ผู้ใช้ภายนอกไม่เข้าใจ ตัวอย่างเช่น

เล็นปุนลู่พี่ลายชุย ลามูล่วยชุ่ยกะเลยทุย (ภาษาลู) แปลว่า เป็นผู้ชาย มาช่วยกะเทย เป็น
ข้อความที่เราเขียนให้มือกลองสองคนที่มาช่วยแบบสุดตัว ทำงานถวายหัว งานนี้มันเควียร์
มากจริง ๆ #ม็อบไม่มุ้งมิ้งแต่ตุ้งติ้งค่ะคุณรัฐบาล

[Twitter, #ม็อบไม่มุ้งมิ้งแต่ตุ้งติ้งค่ะคุณรัฐบาล: 19 สิงหาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าประโยคดังกล่าวมีการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะของการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม โดยกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เรียกร้องสิทธิและเสรีภาพใช้คำพูดที่คนทั่วไป อาจจะไม่เข้าใจความหมาย ดังตัวอย่างที่ว่า “เล็นปุนลู่พี่ลายชุย ลามูล่วยชุ่ยกะเลยทุย (ภาษาลู)” แปลว่า เป็นผู้ชายมาช่วยกะเทย เป็นข้อความที่เขียนให้มือกลองสองคนที่มาช่วยแบบสุดตัวในการทำงานแบบถวายหัว เพื่อต้องการเสียดสีโดยผู้เขียนหรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาใช้ภาษาลูอันแสดงให้เห็นถึงคุณค่าความเป็นมนุษย์และความเสมอภาคของบุคคลทุกเพศทุกวัย อาจจะทำให้บุคคลกลุ่มนี้แก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าและเอาตัวรอดได้ดีกว่าการใช้ภาษาที่ทุกคนเข้าใจอย่างภาษาไทย โดยให้ความหมายว่า “ภาษาลู” เป็นภาษาที่นิยมใช้ในกลุ่มเก้ง กวาง เกย์ กะเทย จึงถูกบุคคลกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อสารกันเพื่อรักษามารยาททางสังคม ดังนั้น ผู้เขียนจึงเลือกใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มมาเสียดสี เพื่อแสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจของกลุ่ม LGBTIQ ที่ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพให้แก่บุคคลกลุ่มนี้

5.3 ด้านเจตนาในการสื่อสาร สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้

5.3.1 การใช้ความเปรียบ หมายถึง การกล่าวถึงสิ่งสองสิ่ง โดยสิ่งหนึ่งเป็นแบบหรือแนวที่ใช้เปรียบเทียบ ส่วนอีกสิ่งหนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ ซึ่งในกรณีของการเสียดสี ก็คือผู้ถูกเสียดสีนั่นเอง ตัวอย่างเช่น

อายุเป็นเพียงตัวเลข เพศเป็นเพียงสถานะ

[Twitter, #LGBTIQ: 6 มิถุนายน 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะการใช้ความเปรียบ ในข้อความดังกล่าวเป็นการใช้คำเพื่อเปรียบเทียบการให้ความสำคัญกับอายุและเพศ โดยไม่คำนึงถึงความเท่าเทียมกันของสังคม ซึ่งเป็นการใช้ความเปรียบที่เสียดสีสังคมประเด็นสิทธิและเสรีภาพของบุคคล เพื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันของสังคม ทั้งเรื่องเพศ การแสดงความคิดเห็น และสิทธิมนุษยชน ซึ่งข้อความดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของสังคมไทยที่เป็นสังคมอนุรักษ์นิยม ให้ความสำคัญกับจารีตประเพณียึดถือการมีสัมมาคารวะต่อผู้อาวุโสเป็นหลัก การปฏิบัติตนที่ขัดกับจริยธรรมในสังคมหรือการกระทำที่สื่อถึงการไม่เคารพผู้ที่

อาวุโสกว่าจึงเป็นสิ่งที่ไม่ถูกยอมรับในสังคม ดังนั้นการมีเพศที่แตกต่างไปจากสิ่งที่สังคมบัญญัติไว้จึงเป็นสิ่งที่ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม จนทำให้ความเท่าเทียมกันของคนในสังคมเสื่อมถอยลง ข้อความในป้ายดังกล่าวจึงเป็นการใช้ภาษาผ่านกลวิธีการใช้ความเปรียบ เพื่อสื่อให้เห็นถึงเจตนาในการสื่อสารระหว่างกลุ่มนักเรียนนักศึกษากับกลุ่มบุคคลที่มีความคิดแบบโบราณ

5.3.2 การใช้คำแสร้งเสียดสีผู้อื่น หมายถึง การใช้ถ้อยคำเสียดสีสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายให้ถ้อยคำที่กล่าวนั้นไปกระทบถึงผู้ถูกเสียดสี ตัวอย่างเช่น

เราไม่ได้ชังชาติ แต่เราทำเพื่ออนาคตของพวกเรา

[Twitter, #นักเรียนไทยไม่ไหวแล้วโว้ย: 20 สิงหาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าประโยคดังกล่าวมีการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะของการแสร้งเสียดสีผู้อื่น โดยกลุ่มนักเรียนนักศึกษาใช้คำพูดที่แสดงทัศนะคติที่ไม่เห็นด้วย โดยผู้เขียนมองเห็นสภาพสังคมที่มีความเหลื่อมล้ำสูงเช่นนี้และทนต่อไปไม่ได้ ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงให้ดีกว่านี้ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาจึงรวมตัวรวมพลังกันเพื่อให้สังคมไทยดีกว่าที่เป็นอยู่ และด้วยเหตุนี้ทำให้ต้องออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพให้แก่ตอนเอง อีกทั้งผู้เขียนต้องการเสียดสีเพื่อยืนยันว่าไม่ใช่พวกชังชาติ แต่คือ คนรักชาติ ชาติที่มีประชาชนอยู่ในนั้น ชาติที่เคารพความเป็นมนุษย์ ชาติที่อยู่ด้วยกันอย่างสันติสุข และยืนยันว่าพวกเขาไม่ใช่พวกล้มเจ้า ต้องการระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญที่ถูกยกย่องเทิดทูน ไม่ใช่ถูกใครกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแอบอ้างใช้เป็นเครื่องมือทำลายล้างทางการเมือง บางคนบอกว่าถ้าเราอยู่ไม่เป็น เขาคงไม่ให้เราอยู่ประเทศนี้ แสดงว่าประเทศนี้ไม่ใช่ของเราหรือ และต้องการบอกผู้มีอำนาจว่า ถึงเวลาที่จะปฏิรูปและเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างสังคมให้ดีกว่าเดิม

5.3.3 การใช้คำไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การเลือกใช้คำที่มีความหมายกว้างสามารถอ้างอิงถึงบุคคลได้เป็นจำนวนมาก ไม่จำกัดว่าเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น

โตไปเดี๋ยวก็ชอบผู้ชาย

[Twitter, #เราไม่ใช่ตัวประหลาด: 6 สิงหาคม 2563]

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ภาษาเสียดสีในลักษณะของการใช้คำไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย คือ เป็นคำที่แสดงโดยเจาะจงกลุ่มคนจำนวนมากให้เห็นชัด หรือเจาะจงไปในทางใดทางหนึ่ง เป็นการใช้คำที่ไม่เจาะจงเป้าหมาย เพราะต้องการสื่อให้เห็นถึงความรักและเป็นการพูดที่แสดงถึงทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ฟัง ทำให้ผู้ฟังต้องคิดตามในภาพที่ไม่สมควร เป็นการใช้คำที่สุภาพแต่แอบแฝงทัศนคติเชิงลบ อีกทั้งยังไม่ระบุกลุ่มเป้าหมายให้เห็นชัดอีกว่าบุคคลนั้นคือใคร เป็นการใช้ถ้อยคำแอบแฝง แต่มีความหมายเสียดสีบุคคลที่ไม่ยอมรับกลุ่มเพศทางเลือกในสังคม หากมองในอีกแง่มุมหนึ่ง ประโยคที่ว่า โตไปเดี๋ยวก็ชอบผู้ชายนั้นอาจหมายถึง เพศทางเลือกอื่นเพราะเมื่อคำนึงถึงสภาพความเป็นจริง ไม่ว่าจะเพศไหน ๆ ก็ชอบผู้ชายได้ ชายรักชาย หญิงรักชาย แสดงให้เห็นว่าในสังคมไทยย่อมมีความหลากหลายทางเพศ ดังนั้น ความรักควรเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถกำหนดเองได้ และเป็นนามธรรมอย่างหนึ่งที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

6. อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องศึกษาการใช้ภาษาเสียดสีในป้ายของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศจากทวิตเตอร์ พบว่ามีการใช้ภาษาเสียดสีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความหมายของถ้อยคำ 2) ด้านการใช้ภาษา และ 3) ด้านเจตนาในการสื่อสาร ดังนั้นป้ายของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศใช้ภาษาเสียดสีที่เล่นภาษาและความหมาย

ของคำ โดยแฝงความหมายลึกซึ้งเชิงเสียดสีทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์สะเทือนใจกับปัญหาต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านป้ายอันเชื่อมโยงไปสู่การตีความสารสำคัญของป้ายได้อย่างชัดเจน

ด้านความหมายของถ้อยคำ ปรากฏ 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำผกผันและการใช้คำที่มีความหมายแฝง เป็นการสื่อความหมายที่ไม่ตรงรูปภาษา มีความกำกวมในตัวเอง มักเป็นเรื่องความ ไม่เท่าเทียมทางเพศ ซึ่งสอดคล้องกับงานของญาดา ชาญบัญชี (2551) ที่ศึกษาเรื่องกลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา มีการใช้ภาษาเสียดสีต้องอาศัยการตีความเพราะมีความหมายแฝงแทรกอยู่มาก แต่มิได้มีความหมายแฝงทุกป้าย เนื่องจากบางป้ายไม่ต้องอาศัยการตีความ เพราะสามารถสื่อความได้เข้าใจง่าย

ด้านการใช้ภาษา ปรากฏ 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำหยาบ การใช้ภาษาต่างประเทศ การใช้คำแฝง และการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม มีการใช้วาทศิลป์ที่มีลีลาเฉพาะตัว แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสรรคำ เพราะการเสียดสีมีนัยของการกล่าวตำหนิโดยอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานของธีรยุทธ์ เกณบุตร (2555) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย มีกลวิธีการใช้ภาษาแบ่งออกได้ตามระดับภาษาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่สนใจเรื่องที่เกิดขึ้น เมื่อผู้อ่านตีความตามบริบททางสังคมแล้วจะเข้าใจเจตนาที่แฝงเร้นอยู่เบื้องหลัง

ด้านเจตนาการสื่อสาร ปรากฏ 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ความเปรียบ การใช้คำแสร้งเสียด และการใช้คำไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย มีการใช้ภาษาที่ต้องการแสดงเจตนาประชดประชันพฤติกรรมของมนุษย์เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่อง โดยไม่วิจารณ์หรือกล่าวตำหนิโดยตรง ผู้รับสารต้องตีความโดยอาศัยบริบท ซึ่งสอดคล้องกับงานของทัตพิชา สกุลสืบ (2559) ที่ศึกษาเรื่องประชด แดกดัน เสียดสี: ความแตกต่างกันทางความหมายตามบริบทที่ปรากฏใน นวนิยายเรื่อง จำเลยรัก พบว่า ด้านเจตนาส่งสารมีการใช้ภาษาเพื่อตำหนิ ยังเป็นไปเพื่อการสัพยอกได้ด้วย อีกทั้งไม่รู้ว่ากำลังถูกเสียดสีหรือบอกกล่าวโดยอ้อม ทั้งนี้ส่วนใหญ่เรื่องที่พูดถึงนั้นเป็นข้อเท็จจริงและสร้างความเสื่อมเสียให้แก่ผู้รับสารได้อีกด้วย

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าจุดเด่นของป้ายกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศเน้นการใช้ภาษาเสียดสีประชดประชันและสะท้อนให้เห็นสภาพของสังคมในปัจจุบัน ซึ่งการใช้ภาษามักต้องตีความตรงข้ามกับถ้อยคำและการใช้ภาษาเป็นไปเพื่อเสียดสีสังคมและต้องการตำหนิพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างไม่ตรงไปตรงมา โดยเรียกร้องให้ผู้คนในสังคมหันมาให้ความสนใจและให้ร่วมมือเพื่อหาวิธีการแก้ไขปัญหา

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้กระทรวงศึกษาธิการได้รับทราบ เพราะทางกระทรวงศึกษาธิการจะได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาด้านสิทธิและเสรีภาพของเพศต่าง ๆ ในสังคมให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อทุกคนในสังคมจะได้มีสิทธิที่เท่าเทียมกันและมีความสุขสงบ

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาวัจนกรรมและกลวิธีทางภาษาจากสื่อช่องทางแบบอื่นบ้าง อาทิ Facebook Instagram หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร โฆษณาออนไลน์ เป็นต้น

(2) ควรมีการศึกษาทางด้านผู้รับสารว่าผู้รับสารรู้สึกอย่างไรหลังจากได้อ่านหรือรับทราบเกี่ยวกับข้อความบนป้ายเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของกลุ่ม LGBTIQ ซึ่งนอกจากจะทำให้ทราบทัศนคติของผู้รับสารแล้ว

ยังทำให้ทราบว่าผู้รับสารเข้าใจตรงกับที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อสารหรือไม่ รวมทั้งยังทราบกลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีที่ผู้ส่งสารใช้นั้นว่าประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มานำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กอบกุล อิงคุทานานท์. (2537). *จากเรื่องสั้นคึกฤทธิ์ถึงความวุ่นวายของวรรณกรรมรางวัลโนเบล*. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาร.

ชาสินี สำราญอินทร์ พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ และชัญญา ลี้ศัตรูพ่าย. (2557). *กลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีในรายการเจาะข่าวตื้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ญาดา ชาญบัญชี. (2551). *กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ทัตพิชา สกุลสืบ. (2559). *ประชด แดกดัน เสียดสี: ความแตกต่างกันทางความหมายตามบริบทที่ปรากฏในนวนิยายเรื่อง จำเลยรัก*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ธีรยุทธ์ เกณบุตร. (2555). *การใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ.

วชิรารัตน์ นิรันดร์เตชาภัทร์. (2550). *ลักษณะการแปลงข่าวเพื่อเสียดสี ล้อเลียนทางการเมือง ในหน้า"ผู้จัดกวน" ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันกับปฏิกิริยาการรับรู้ของผู้อ่าน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วไล ณ ป้อมเพชร. (2547). *สหภาพสื่อสารต่างและปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ศักดิ์ศรี วีระโลจายะ. (2525). *การใช้และคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญของประชาชน*. กรุงเทพ: กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ.

ศิริพร สุภาพงษ์. (2547). *การเสียดสีในเรื่องสั้นของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สงฆ์ : แบบอย่างองค์กรแห่งการเรียนรู้

SANGHA AS EXEMPLAR OF LEARNING ORGANIZATION

ธนภณ สมหวัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Dhanapon.so@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการศึกษาถึงแนวความคิดเรื่องสงฆ์ในพระพุทธศาสนาเถรวาท เพื่อบูรณาการกับแนวความคิดเรื่ององค์กรแห่งการเรียนรู้ในสังคมปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า แนวความคิดเรื่ององค์กรแห่งการเรียนรู้มีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสงฆ์ในพระพุทธศาสนาเถรวาท ซึ่งพระพุทธเจ้าทรงจัดตั้งองค์กรสงฆ์ขึ้นมาเพื่อเป็นองค์กรหรือชุมชน ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาบุคคลให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และให้เป็นองค์กรแบบอย่างในการเรียนรู้ โดยทรงวางระเบียบวินัยและหลักธรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสมาชิกสงฆ์ให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และสามารถออกไปพัฒนาบุคคลอื่น ชุมชนหรือสังคมให้เป็นบุคคลหรือสังคมแห่งการเรียนรู้ การพัฒนาองค์กรในปัจจุบัน เพื่อไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จึงสามารถนำเอาแนวคิดและหลักคำสอนที่พระพุทธเจ้าทรงวางไว้ในองค์กรสงฆ์ มาประยุกต์ใช้กับองค์กรในปัจจุบันได้ โดยเน้นหัวใจของการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้คือ การพัฒนาบุคคลในองค์กรให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ เพื่อก้าวไปสู่การพัฒนาสังคมให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ต่อไป

คำสำคัญ: พุทธศาสนาเถรวาท องค์กรแห่งการเรียนรู้ สงฆ์

ABSTRACT

The purpose of this article is to study the conception of the sangha in Theravada Buddhism To integrate with the concept of a learning organization in today's society. The study found that the concept of a learning organization is consistent with the concept of the sangha in Theravada Buddhism. The Buddha established the sangha as an organization or community with the goal of developing the person to be a learning person and to be a model organization for learning by laying out various disciplines and the teachings in order to develop members of sangha to become learning person and can go out to develop other people community or society as a person or a learning society. Organization development to become a learning organization in today, therefore, the ideas and doctrines in Buddhism that the Lord Buddha has placed in the Sangha Organization can be applied to the current organization with emphasis on the development of a learning organization. The development of members in the organization to be a learning person in order to continue to develop the society into a learning society.

Keywords: Theravada Buddhism Learning Organization Sangha

บทนำ

ศตวรรษที่ 21 เป็นศตวรรษที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายมหาศาล ในทุกภาคส่วนของสังคมมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงทางการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ ผลแห่งความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ได้ส่งผลให้ทั้งบุคคล หน่วยงาน องค์กรและสังคมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดกันอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรนั้น จะต้องเรียนรู้และปรับตัวในการเรียนรู้อย่างรวดเร็วจึงจะสามารถดำรงอยู่ได้ และเป็นที่เชื่อกันว่า ภายใน 10 ปีนี้ องค์กรที่สามารถปรับตัวเองเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่านั้นที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ ส่วนองค์กรที่ไม่ปรับตัวเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ก็จะเป็นเช่นเดียวกับไดโนเสาร์ที่สูญพันธุ์ไปจากโลกนี้ (บดินทร์ วิจารณ์, 2548) และการเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมแห่งการแข่งขันกันด้วยการสร้างนวัตกรรม (innovation) เป็นปัจจัยหลัก ในการขับเคลื่อนความอยู่ดีกินดีและความสุขของคนในสังคมจนกลายเป็นสังคมหรือระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ (Knowledge – Based Economy and Society) ความรู้จึงเป็นปัจจัยหลักและเป็นทุนสำคัญในกระแสการแข่งขันของสังคมในปัจจุบัน หน่วยงานและองค์กรต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ เพราะความมั่งคั่งของหน่วยงานและสังคมใดสังคมหนึ่งในปัจจุบันจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างความรู้และการเรียนรู้ของบุคลากรในหน่วยงานนั้น รวมทั้งศักยภาพในการนำความรู้มาสร้างนวัตกรรม สำหรับใช้เป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรและพัฒนาสังคม และความรู้และนวัตกรรมที่สร้างขึ้นนั้น จะต้องก่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างหลากหลายอย่างทั่วถึงและขับเคลื่อนทั้งเศรษฐกิจเพื่อการแข่งขัน และเศรษฐกิจพอเพียงอย่างสมดุล การที่จะพัฒนาสังคมไปสู่สังคมและระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนฐานแห่งความรู้ได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้เป็นสำคัญด้วย

การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นกระบวนการที่เป็นเครื่องมือหรือวิธีการเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าของกิจการขององค์กร กลุ่มบุคคล หรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร ซึ่งไม่ได้มีความหมายเพียงการนำ “ความรู้” มา “จัดการ” เท่านั้น หากแต่ครอบคลุมกิจกรรมอื่นๆ ด้วย เช่น การขุดค้นและรวบรวมความรู้ การคัดเลือกเอาไว้เฉพาะความรู้ที่จำเป็นสำหรับการใช้ประโยชน์ การจัดหมวดหมู่ความรู้ การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้ การจัดกิจกรรมและกระบวนการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้ใหม่ ตลอดจนการประยุกต์ใช้ความรู้และการเรียนรู้จากการใช้ความรู้ในหน่วยงานและองค์กรเป็นต้น โดยนัยนี้ แม้ว่า กระบวนการในการเรียนรู้ การสร้างความรู้ และการจัดการความรู้จะเป็นแนวคิดที่มีการกล่าวถึงบ่อยในสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมแห่งการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ แต่ในความเป็นจริงแล้ว แนวคิดดังกล่าวก็ปรากฏมานานแล้ว ดังจะเห็นได้จากการที่พระพุทธเจ้าได้พัฒนาองค์ความรู้เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย โดยการการค้นพบองค์ความรู้ (ตรัสรู้สัจธรรม) แล้วกำหนดแนวทางการเผยแพร่สั่งสอนและจัดการองค์กรพุทธบริษัท จนเกิดเป็นระบบพระพุทธศาสนา คือ สังคมแห่งความรู้ขึ้น(รุ่งเรือง ลิ้มชูปฏิภาณ์, 2545) หรืออาจจะเรียกง่าย ๆ ว่า เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้นั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจในการศึกษาถึงแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามนัยของพระพุทธศาสนาเถรวาท โดยเจาะจงที่แนวคิดเรื่อง “สงฆ์” เป็นแนวคิดหลักในการศึกษา โดยอาศัยกรอบแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันเป็นแนวทางในการศึกษา ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อการพัฒนาองค์กรสงฆ์เอง และการนำเอาแนวคิดไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานและองค์กรอื่น ๆ เพื่อสร้างเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สืบไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1) เพื่อศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้

2) เพื่อศึกษาถึงการแนวคิดของ "สงฆ์" ในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้ในพระพุทธศาสนาเถรวาท

3) เพื่อบูรณาการแนวคิดสงฆ์ในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ในสังคมปัจจุบัน

3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

แนวความคิดองค์การแห่งการเรียนรู้นี้ พบได้จากผลงานการเขียนที่นำเสนอแนวคิดตางๆ ของ Chris Argyis ศาสตราจารย์ทางด้านจิตวิทยาที่สอนด้านการศึกษาและพฤติกรรมองค์การของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งผลงานที่เขียนร่วมกับศาสตราจารย์ด้านปรัชญา Donald School แห่ง MIT ในปี 1978 ได้รับการถือว่าเป็นตำราเล่มแรกขององค์กรแห่งการเรียนรู้ (LO : Learning Organization) มีข้อสังเกตว่า ในระยะเริ่มแรกปรมาจารย์ทั้งสองท่านได้ใช้คำว่า การเรียนรู้เชิงองค์การ (Organizational Learning หรือ OL) อย่างไรก็ตาม องค์การเรียนรู้เป็นศาสตร์ใหม่ที่ไม่ใช่เรื่องที่ไม่เป็นที่แพร่หลายมาก่อน ต่อมาจึงได้รับการพัฒนาและนำเสนอโดยปีเตอร์ เอ็ม เชนเก (Peter M.Senge,1990) ซึ่งดำรงตำแหน่ง MIT Center for Organizational Learning ซึ่งก่อตั้งตั้งแต่ปี 1991 เพื่อทำการสงเคราะห์ทฤษฎีและวิธีการต่างๆ เพื่อเผยแพร่แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยนำเสนอผ่านหนังสือ 2 เล่ม ได้แก่ The Fifth Discipline : The Art & Practice of the Learning Organization ในปี 1990 และ The Fifth Discipline : Strategies and Tools for Building a Learning Organization ในปี 1994 จากนั้นได้มีนักวิชาการองค์การอีกหลายท่านได้เสนอแนวทางในการจัดการองค์การเรียนรู้ไว้ และองค์การขนาดใหญ่ต่างๆ ได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีคุณค่า และเก็บเกี่ยวองค์ความรู้ไว้เป็นทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งได้รับการยอมรับว่า ทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้มีค่าที่ไม่อาจประเมินได้ หากองค์การใดสามารถกลั่นกรองและตกผลึกองค์ความรู้ ที่ได้จากการทำงานและประสบการณ์ของพนักงานและขององค์การเองได้อย่างดี ก็จะทำให้มีศักยภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจและขณะเดียวกันก็เป็นการพัฒนาสังคมให้ก้าวสู่สังคมแห่งการเรียนรู้อีกด้วย(วีระวัฒน์ ปันนิตามัย, 2540) จนปัจจุบันนี้ แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นที่นิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีการประยุกต์ใช้ไม่เพียงแต่ในหน่วยงานทางธุรกิจเท่านั้น หากแต่นำไปใช้ในแวดวงการศึกษา การทหาร ศาสนา และอื่นๆ อีกด้วย

องค์กรเรียนรู้ เป็นกระบวนการในการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการสืบทอดวัฒนธรรมในการให้พนักงานได้แสดงออกทางความคิด สร้างสรรค์ผลงานต่างๆ และมีการถ่ายทอดเชื่อมโยงไปยังทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการซึมทราบและนำไปประยุกต์ใช้ อันจะนำมาซึ่งผลการทำงานและระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากจะต้องมีพนักงานที่ทุ่มเทให้กับการทำงานแล้ว ยังต้องสร้างให้เกิดวัฒนธรรมของการเรียนรู้ร่วมกัน การช่วยเหลือกันและสุดท้ายองค์การจะต้องมีระบบ ในการนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาตกผลึกเป็นขององค์การโดยเฉพาะ ซึ่งการดำเนินการให้เกิดขึ้นได้นั้น สิ่งที่องค์การจะต้องสร้างให้มีและสนับสนุนให้เป็นไปอย่างถาวรนั้น เชนเก (2006) ได้นำเสนอแนวทางพื้นฐานที่จะทำให้เกิดองค์การเรียนรู้ที่เรียกว่าวินัย 5 ประการ (The Fifth Discipline) อันได้แก่

1. ความเป็นเลิศของบุคคล (Personal Mastery) บุคคลในองค์การนั้นนับรวมทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งต้องทำงานร่วมกัน มีการส่งต่อผลของการทำงานร่วมกัน ซึ่งหากมีการเชื่อมโยงกันเป็นทีมที่ดี ก็จะได้ผลการทำงานที่ดีกว่าการทำงานคนเดียว และหากได้บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ทั้งเก่งและฉลาดมาร่วมงาน นั่นย่อมต้องได้ผลการทำงานที่ดียิ่งกว่า แต่ในหลายครั้งการร่วมกันทำงานเป็นทีม จากหนึ่งบวกหนึ่ง

ซึ่งต้องได้เท่ากับสอง หากเป็นทีมที่ดีมีการสังเคราะห์งาน (Synthesis) ก็จะได้เป็น สาม สี่ หรือมากกว่านั้น แต่ถ้าเป็นทีมที่ไม่ดีมีการเอาเปรียบกัน (Social Floating) ก็จะได้ผลการทำงานที่ต่ำกว่าหนึ่งก็ได้ ทำอย่างไรจึงจะได้ทีมที่ดี นั่นก็คือการพัฒนาบุคคลให้มีความเป็นเลิศในด้านต่างๆ ซึ่งไม่มีใครสามารถบังคับให้เป็นเช่นนั้นได้

2. แบบแผนความคิด (Mental Model) เป็นการส่งผ่านของความเป็นเลิศของบุคคลในช่วงเวลานั้นๆ โดยมีการสร้างแบบแผนความคิดที่ชัดเจน องค์การจะต้องชี้นำให้พนักงานมีแบบแผนความคิดในการทำงานที่เป็นไปในทางเดียวกัน และนำไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายขององค์การอย่างถูกต้อง โดยผ่านกระบวนการจัดการที่สำคัญ ได้แก่ 1) การให้โอกาส (Opportunity) 2) การพัฒนาสินค้าใหม่ (Newest product development) 3) การเข้าสู่ภาวะโลกาภิวัตน์ (Globalization) องค์การจะต้องเร่งเร้าให้พนักงานตระหนักถึงภาวะโลกาภิวัตน์ เพื่อให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆเช่น การหลั่งไหลของกระเสข้อมูลข่าวสาร การดำเนินการตามกฎระเบียบขององค์การ การค้าโลก ที่อาจส่งผลต่อองค์การและตัวพนักงานเอง เพื่อให้เกิดแบบแผนความคิดที่มุ่งมั่นและมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ โดยไม่เกิดความคิดท้อถอยและถอนตัวจากไป

3. การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) องค์การจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์การและสื่อสารลงสู่พนักงานในทุกระดับเพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วมกัน อันจะเป็นจุดมุ่งหมายร่วมกันของทั้งหมดที่จะกระทำร่วมกัน เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ วิสัยทัศน์ขององค์การจะต้องมีความชัดเจน เป็นรูปธรรมและเกิดจากการประเมินศักยภาพขององค์การในด้านๆ รวมถึงอนาคตที่วางไว้ โดยมีการร่วมกันวางวิสัยทัศน์ของเหล่าผู้บริหารและนำมาประกาศใช้อย่างจริงจัง สร้างให้เกิดบรรยากาศแห่งความพร้อมเพรียงในการรับรู้วิสัยทัศน์ร่วมกัน และมีการนำไปปรับให้ผสมกลมกลืนกับวิสัยทัศน์ส่วนตัว ของแต่ละคน(Vision Integrate)

4. การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) เป็นกระบวนการสำเร็จรูปที่กระทำได้ยากยิ่ง เนื่องจากบุคคลที่จะมาเข้าร่วมทีมต่างมีความเป็นเลิศของแต่ละคน และมีความทะนงตน มีความยึดมั่นในตนเอง มีทิฐิขาดความเชื่อถือและนับถือซึ่งกันและกัน องค์การโดยฝ่ายบริหารจะต้องสร้างให้เกิดทีมขึ้นมาให้ได้ และร่วมกับการสร้างภาวะผู้นำให้แก่ผู้บริหารระดับต่างๆ ในการนำทีมเพื่อการร่วมประสานกันของทีม (team cooperation) และเกิดเป็นทีมอัจฉริยะที่มีศักยภาพสูงขึ้นได้ แต่นั่นต้องเกิดการการให้ความรู้ การช่วยเหลือของบุคคลที่เป็นผู้นำกลุ่ม และการให้คำปรึกษาของผู้รู้ต่างๆ ในการเสริมสร้างทีม โดยผ่านกระบวนการการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ (Cultural Learning) การสร้างทีมอย่างเป็นรูปธรรม (Teaming Process)

5. ความคิดเชิงระบบ (Systems Thinking) องค์การต้องสร้างให้ทุกฝ่ายทั้งในระดับบุคคลและระดับทีมเข้าใจในระบบขององค์การ โดยธรรมชาติไม่ว่าผ่านการปรับปรุงองค์การมากครั้งเพียงใด แต่ก็ยังคงจะมีระบบซึ่งซ้อนทับกันและทำให้การทำงานขาดประสิทธิภาพได้ แต่อย่าหยุดเมื่อเป็นปัญหาของระบบ เนื่องจากระบบเป็นสิ่งที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยการสร้างคนให้มีแนวคิดที่เข้าใจในวิธีการของระบบ นั่นคือรู้ถึงตัวตนที่แท้จริงและภาพลวงของระบบ ซึ่งจะนำไปสู่การคิดอย่างเป็นระบบในการที่จะดำเนินการผ่านระบบที่เป็นอยู่ไปสู่ระบบใหม่ให้ได้ แต่บุคคลที่จะเข้าใจในระบบก็จะต้องเป็นคนที่คิดอย่างเป็นระบบเช่นกัน การฝึกฝนให้คิดอย่างเป็นระบบเป็นสิ่งที่กระทำได้ผ่านการเรียนรู้และการฝึกฝนทักษะในการใช้ความคิด การหาเหตุผล การวิเคราะห์และสังเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆในการทำงานและชีวิตประจำวัน

จะเห็นได้ว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น เกิดจากการจัดบรรยากาศ กระบวนการ เงื่อนไข และฝึกทักษะให้บุคลากรเป็นบุคคลเรียนรู้ โดยยึดหลักสำคัญ 5 ประการตามแนวคิดของ Senge คือ การคิดเชิงระบบ การพัฒนาความเชี่ยวชาญในการสร้างพลังแห่งตน แบบจำลองความคิด การสร้างวิสัยทัศน์ร่วม และการเรียนรู้เป็นทีม หลัก 5 ประการนี้เกื้อกูลและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน อาศัยพลังแห่งการเรียนรู้เป็นกลุ่ม พลังแห่งการมอง

ภาพรวม มองความเชื่อมโยง มองความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัต มองอนาคต มองเชิงบวก มองเห็นสภาพความเป็นจริง มองแบบไม่ยึดติด มองที่ประโยชน์หรือความมุ่งมั่นเพื่อส่วนรวมหรือคุณค่าอันยิ่งใหญ่ และอาศัยพลังแห่งทักษะของการเรียนรู้ร่วมกัน การเปลี่ยนสภาพหรือสิ่งที่ดูเสมือนเป็นจุดอ่อนหรือปัญหาให้กลายเป็นจุดแข็ง เป็นโอกาสหรือพลัง แนวคิดในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้นี้ จึงครอบคลุมทุกระดับตั้งแต่ปัจเจกบุคคลไปจนทั่วทั้งองค์กร โดยมีเป้าหมายและระบบการทำงานร่วมกัน ซึ่งถือเป็นกระบวนการในการเรียนรู้ อันจะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้นั่นเอง

4. แนวคิด "สงฆ์" ในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Sangha as Learning Organization)

เมื่อพิจารณาในแง่ประวัติความเป็นมาแล้ว จะพบว่า องค์กรสงฆ์นั้น เป็นองค์การจัดตั้งที่มีอายุยืนยาวที่สุดในโลก (พระธรรมปิฎก, 2539) นั่นคือ องค์กรสงฆ์ที่พระพุทธเจ้าทรงตั้งมา 2,500 กว่าปีนั้น มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน และมีระบบการจัดตั้งที่ยอดเยี่ยม ในที่นี้จึงจะศึกษาถึงแนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับสงฆ์ที่จะเชื่อมโยงกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สมัยใหม่

เป็นที่ทราบกันว่า สังฆะหรือสงฆ์ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 ก่อนพุทธศักราช 45 ปี ณ ป่าอิสิปตนมฤคทายวัน แขวงเมืองพาราณสี เมื่อพระพุทธองค์ได้ทรงแสดงปฐมเทศนาชื่อธัมมจักกัปปวัตนสูตรแก่ปัญจวัคคีย์ หลังจากที่พระพุทธองค์ทรงแสดงปฐมเทศนาจบลง อัญญาโกณฑัญญะหนึ่งในปัญจวัคคีย์ได้ดวงตาเห็นธรรม (ธัมมจักษุ) และได้ทูลขออุสมบทกับพระพุทธองค์ และได้กลายเป็นภิกษุสงฆ์องค์แรกในพระพุทธศาสนา ซึ่งทำให้พระพุทธศาสนาในฐานะองค์กรมีองค์ประกอบครบถ้วนเป็นพระรัตนตรัย คือ พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ เหตุการณ์นี้จึงถือได้ว่า เป็นการถือกำเนิดขององค์กรทางพระพุทธศาสนาเป็นครั้งแรก

คำว่า สังฆะ หรือ สงฆ์ในพระพุทธศาสนา จึงหมายถึง ชุมชน บริษัท (assembly) แห่งสาวกของพระพุทธเจ้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Phra Dhammapitaka, 2003) คือ

1) อริยสงฆ์หรือสาวกสงฆ์ (the Noble Sangha or the community of noble disciple) หมายถึงสาวกของพระพุทธเจ้าผู้บรรลุมรรคผลตั้งแต่ระดับต้น จนถึงระดับสูงสุด ซึ่งมี 4 ระดับ คือ พระโสดาบัน พระสกทาคามี พระอนาคามี และพระอรหันต์

2) สมมติสงฆ์หรือภิกษุสงฆ์ (the Conventional Sangha or the community of Bhikkhus or Monks) ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า สงฆ์โดยสมมติ หมายถึงกุลบุตรผู้เข้ามาบวชเป็นภิกษุ ยังเป็นปุถุชนมีกิเลสเช่นสามัญชนทั่วไป แต่ปฏิบัติเพื่อความสะอาด สว่าง สงบแห่งจิตใจ สมมติสงฆ์นี้กำหนดจำนวน 4 รูปขึ้นไป ซึ่งสามารถประกอบสังฆกรรม ซึ่งเป็นกิจขององค์กรได้ โดยมีพระวินัยเป็นกรอบสำคัญ

ข้อแตกต่างระหว่างสงฆ์ 2 ประเภทนี้ คือ อริยสงฆ์หรือสาวกสงฆ์ มิได้จำกัดเพศว่า เป็นภิกษุหรือคฤหัสถ์ แต่มุ่งหมายเอาบุคคลผู้มีคุณภาพทางจิตใจที่บริสุทธิ์ขึ้นตามลำดับทั้ง 4 ประการดังกล่าว ส่วนสมมติสงฆ์นั้น หมายเอาเฉพาะผู้ที่ถือเพศบรรพชิตและในองค์กรได้กำหนดว่า ต้องมีจำนวน 4 รูปขึ้นไปเท่านั้น โดยอาจจะเป็นปุถุชนธรรมดาหรือพระอริยบุคคลระดับใดระดับหนึ่งดังกล่าวมาก็ได้

5. วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดตั้งองค์กรสงฆ์

องค์กรทุกองค์กรที่มีในโลกนี้ ย่อมตั้งขึ้นด้วยวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ประการนี้ คือ เพื่อสร้างคุณค่าที่สังคมปรารถนา เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนและกลุ่มต่างๆ ในองค์กรและ

สังคม และเพื่อความดำรงอยู่และความเจริญขององค์กรนั้น ๆ (สมคิด บางโม, 2538) เมื่อพิจารณาจากการจัดตั้งองค์กรสงฆ์ของพระพุทธองค์จะเห็นได้ว่า พระองค์ได้ทรงมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ประชาชนได้พัฒนาตนเองให้มีความสุข โดยผ่านองค์กรสงฆ์เป็นแบบอย่างสำคัญ โดยให้ทุกคนได้เข้าเป็นสมาชิกทั้งแบบอริยสงฆ์เป็นสำคัญ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พระองค์ทรงต้องการให้โลกนี้เป็นชุมชนหรือองค์กรของพระอริยะหรือคนที่พัฒนาตนแล้ว การที่จะให้บุคคลได้เข้าสู่ภาวะแห่งการพัฒนาดังกล่าวได้นั้น จำเป็นต้องมีการจัดตั้งองค์กรที่เป็นรูปธรรม พระองค์จึงทรงตั้งองค์กรสงฆ์ คือ สมมติสงฆ์ขึ้นมา ซึ่งมีหน้าที่และภารกิจหลักคือ การฝึกฝนอบรมบุคคลให้ได้รับการพัฒนาตนเองแล้วออกไปสั่งสอนธรรม หรือพัฒนาประชาชนกลุ่มอื่นๆ ทุกหมู่เหล่าทุกวรรณะ ทุกเพศ และทุกเชื้อชาติให้ได้พัฒนาตนเองจนกลายเป็นพระอริยะหรืออริยสงฆ์ ภิกษุสงฆ์ที่ทรงตั้งขึ้นมา จึงเป็นการจัดตั้งองค์กรที่เป็นรูปนัย (formal organization) ตามความหมายในทางสังคมวิทยา ที่มีการกำหนดภารกิจที่ชัดเจน คือ ความพยายามในการนำประชาชนให้เข้าถึงประโยชน์หรือเป้าหมายของพระพุทธศาสนาในระดับต่างๆ ตั้งแต่ประโยชน์ที่จะพึงได้รับในเบื้องต้นหรือในปัจจุบัน จนถึงประโยชน์ที่จะพึงได้รับในภายหน้า และประโยชน์สูงสุดคือ พระนิพพาน

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย (goal) ขององค์กรสงฆ์ในเบื้องต้น จะเห็นได้จากคราวที่พระพุทธองค์ทรงส่งสาวกออกประกาศพระศาสนาครั้งแรกให้จาริกไป เพื่อประโยชน์และความสุขของชนเป็นอันมาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ทั้งหลาย

การส่งพระสาวกออกไปประกาศพระพุทธศาสนานี้ ถือได้ว่า เป็นการมอบหน้าที่และความรับผิดชอบ (responsibility) ในการทำงานให้แก่สมาชิกในองค์กรเป็นครั้งแรก และยังได้ทรงวางแผนและแนวทางในการดำเนินการไว้อีก คือ “อย่าไปทางเดียวสองคน และจงแสดงธรรมอันงามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง และงามในที่สุด” ส่วนพระพุทธองค์ได้ทรงเสด็จจาริกไปยังอุรุเวลาเสนานิคม แคว้นมคธ ซึ่งเป็นที่ตั้งของเจ้าสำนักที่มีชื่อเสียง จนกระทั่งวันเพ็ญเดือน 3 พระองค์ได้ทรงประชุมพระอรหันตสาวกจำนวนทั้งหมด 1,250 องค์ ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ที่พระพุทธองค์ทรงให้การอุปสมบท เรียกการประชุมครั้งนี้ว่า จาตุรงคสันนิบาต คือ การประชุมประกอบด้วยองค์ 4 และในการประชุมครั้งนี้ พระพุทธองค์ได้ทรงประทานโอวาทปาฏิโมกข์ หรือหลักคำสอนสำคัญ ซึ่งสรุปได้เป็น 4 ประเด็น คือ

1) เป้าหมายหรืออุดมการณ์สูงสุดของพระพุทธศาสนา คือ พระนิพพาน

2) หลักการสำคัญของพระพุทธศาสนา คือ การไม่ทำความชั่วทั้งปวง การบำเพ็ญแต่ความดี และการชำระจิตใจให้ผ่องใส

3) คุณสมบัติของผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาคือ ต้องไม่ว่ากล่าวร้าย ไม่ทำร้ายคนอื่น เคร่งในระเบียบวินัย ไม่เห็นแก่กิน ชอบสงัดวิเวก หมั่นฝึกอบรมจิตใจ

4) วิธีการเผยแผ่ ต้องใช้ความอดทน (ขันติ) ไม่ทำร้าย ไม่เบียดเบียนคนอื่น

การประชุมครั้งนี้ ถือได้ว่า เป็นการกำหนดอุดมการณ์หรือปรัชญาและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้ชัดเจนนั่น คือ พระนิพพาน เพื่อให้สมาชิกในองค์กรสงฆ์ได้ถือเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดร่วมกันในการที่จะกระทำการเพื่อเผยแพร่ โดยมีหลักการสำคัญ คือ การไม่ทำความชั่ว การทำความดี และการชำระจิตใจให้บริสุทธิ์ พร้อมกับได้วางกรอบในการปฏิบัติให้เหมือน ๆ กัน ทั้งนี้ เพราะสงฆ์มีความหลากหลายและมีพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จึงเป็นการสมควรที่องค์กรจะได้มีแนวทางในปฏิบัติร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และดำเนินการในแนวทางเดียวกัน

ส่วนรูปแบบในการดำเนินชีวิตของสมาชิกในองค์กรสงฆ์นั้น ได้ทรงวางไว้กว้างๆ คือ การถือพรหมจรรย์ เพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายคือ พระนิพพาน ซึ่งรูปแบบนี้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในสังคมอินเดียในสมัยนั้น เพราะพวกพราหมณ์ก็ถือกันอยู่ก่อนแล้ว แต่มีเป้าหมายอยู่ที่การเข้าถึงพระพรหม พระพุทธองค์ได้ทรงนำมาแต่เพียงรูปแบบ โดยทรงเปลี่ยนเนื้อหาสาระใหม่ที่เป็นของพระองค์เข้าไป

มีข้อที่น่าสังเกตว่า ในองค์กรสงฆ์ในระยะเริ่มแรกนั้น ระเบียบของสมาชิกจะเป็นไปในลักษณะหลวม ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์อะไรมากมายนัก นั่นคือ มีเพียงการให้ถือนิสัย 4 และอกรณียกิจ 4 เท่านั้น เพราะผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกในระยะแรกๆ นี้มีความมุ่งมั่นอย่างเต็มเปี่ยมอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามมีข้อที่น่าสังเกตว่า ระเบียบต่าง ๆ ที่วางไว้นี้ เป็นการวางกรอบอย่างกว้างๆ เท่านั้น ดังนั้น ระเบียบวินัยขององค์กรสงฆ์ในระยะแรกจึงยังไม่มีความจำเป็น ต่อเมื่อมีผู้มีความต้องการจะเข้ามาสู่องค์กรสงฆ์มากขึ้น จึงมีความจำเป็นในการออกระเบียบและพระพุทธองค์ก็ทรงได้มอบหมายอำนาจให้บุคคลอื่น ๆ ได้ดำเนินการกันเอง โดยจะเห็นได้จากการถ่ายโอนอำนาจในการรับบุคคลเข้าสู่องค์กร โดยวิธีการบวชแบบติสรณคมนูปสัมปทา และวิธีการแบบญัติจตุตถกรรมวาจา และมีการออกกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน อันเรียกได้ว่า เป็นพระวินัย และต่อมาเป็นที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่า มีผู้ประสงค์เข้ามาสู่องค์สงฆ์มากยิ่งขึ้น โดยที่บางคนก็มีจิตใจที่ยังไม่พร้อมที่จะเข้ามา และบางครั้งก็มีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง พระพุทธองค์จึงทรงวางกรอบคือบัญญัติสิกขาบทตามความผิดที่เกิดขึ้นต่างกรรมต่างวาระ ดังมีบันทึกไว้ในพระวินัยปิฎกเป็นหลักฐานสำคัญ โดยการบัญญัติพระวินัย พระพุทธองค์ได้ทรงวางวัตถุประสงค์ในการบัญญัติพระวินัยทุกครั้งกล่าวในลักษณะการจัดตั้งองค์กรในปัจจุบันนี้ว่า เป็นการจัดวางจรรยาบรรณในองค์กรนั่นเอง

การบัญญัติพระวินัย จึงเป็นการจัดสภาพให้เอื้อโอกาสและเกื้อหนุนให้สมาชิกในองค์กรทุกคนสามารถพัฒนาไปสู่ความมีชีวิตที่ดีงาม และเกิดประโยชน์สุขที่สูงขึ้นไป รวมทั้งประโยชน์ที่จะเกิดแก่ส่วนรวม คือ พระสงฆ์ทั้งหมดและประชาชนทั้งปวง กล่าวโดยสรุปได้ว่า พระวินัยที่พระพุทธองค์ได้ทรงวางไว้นั้น มีคุณค่าในทางสังคมเป็นอย่างมาก กล่าวคือ เป็นอายุของพระพุทธศาสนาที่จะช่วยให้พระพุทธศาสนาสามารถสืบต่อไปได้ เป็นด้ายร้อยเรียงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของคนไว้ในกรอบเดียวกัน เป็นการสร้างสรรค์องค์กรสงฆ์และสังคม เป็นหลักประกันให้บุคคลได้รับผลแห่งการประพฤติดีปฏิบัติชอบ และเป็นการสร้างสรรค์สังคมให้เป็นสังคมแห่งความดีงาม

นอกจากนี้แล้ว ยังมีการกำหนดให้สมาชิกในองค์กรสงฆ์ได้มีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในองค์กรสงฆ์และชุมชน โดยปฏิบัติต่อกันและกันด้วยหลักสาราณียธรรม (conditions leading to mutual recollection) 10 ประการ อันเป็นหลักธรรมที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและกัน และก่อให้เกิดความสามัคคี

หลักสาราณียธรรม 6 ประการนี้ จึงเป็นหลักจริยธรรมในองค์กร ที่จะกระทำให้เป็นที่รัก ให้เป็นที่เคารพเป็นไปเพื่อความสงเคราะห์กัน เพื่อความไม่วิวาทกัน เพื่อความพร้อมเพรียงกัน เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกในองค์กร อันจะนำไปสู่ความร่วมมือในองค์กร นอกจากนี้แล้ว ยังมีหลักธรรมที่จะช่วยให้องค์กรดำเนินไปด้วยดี โดยกำหนดให้สมาชิกได้ร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งหลักธรรมนี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ความเจริญโดยฝ่ายเดียว เรียกว่า หลักอปริหานิยธรรม 7 ประการ สาระสำคัญของอปริหานิยธรรมทั้ง 7 ประการนี้ อยู่ที่สมาชิกในองค์กรจะได้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดศักยภาพทางสติปัญญา อันจะนำไปสู่การตัดสินใจและดำเนินงานร่วมกัน และนำไปสู่ความเจริญงอกงามไพบูลย์ขององค์กรในที่สุด ดังนั้น ถ้าหากสมาชิกในองค์กรได้ปฏิบัติตามหลักดังกล่าวนี้ “ก็พึงหวังความเจริญได้แน่นอน ไม่พึงหวังความเสื่อมเลยเพียงนั้น”

องค์กรสงฆ์จึงมีสาระสำคัญ คือ มีพระวินัยเป็นรากฐานสำคัญ เป็นเครื่องมือควบคุมสงฆ์หรือองค์กรให้คงรูปอยู่ได้ด้วยความสมัครสมานสามัคคี เป็นพลังหนึ่งเดียว (กัลยาณมิตร) อันเป็นเนื้อหาขององค์กรสงฆ์ เพราะพระสงฆ์ประกอบด้วยบุคคลที่เป็นกัลยาณมิตร สงฆ์จึงเป็นแหล่งกัลยาณมิตร ที่คนในสังคมจะต้องเข้าพบหาแล้วได้รับประโยชน์ เป็นตัวช่วยมนุษย์ให้เข้าถึงสาระคือ ธรรมะ และมาร่วมกันเป็นสมาชิกของสงฆ์ต่อๆ ไปด้วย

จะเห็นได้ว่า พระพุทธศาสนาถือการพัฒนาบุคคลให้มีคุณธรรมนั้น เป็นเนื้อในหรือเนื้อแท้ขององค์กรและเป็นระดับเบื้องต้นที่สุดที่จะต้องพัฒนา ปัจจัยแห่งความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพและศักยภาพของบุคคลในองค์กรเป็นสำคัญ ในปัจจุบัน ที่องค์กรต่าง ๆ เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเน้นการพัฒนาบุคลากรจึงเป็นแนวคิดที่มีความสอดคล้องกัน เมื่อในระดับบุคคลได้รับการพัฒนาแล้ว ก็จะช่วยให้องค์กรก้าวไปสู่ความมั่นคงและส่งผลถึงความอยู่ดีมีสุขของสังคมโดยส่วนรวมด้วย องค์กรจึงมีบทบาทสำคัญทั้งต่อการพัฒนาบุคคลและสังคมดังกล่าวมา และแนวคิดนี้สอดคล้องกับการบริหารสมัยใหม่ที่เริ่มหันมาเน้นการพัฒนาบุคลากรจากด้านในที่สุด ออกมาสู่ด้านนอก คือ เริ่มจากจิตใจ วิธีการคิดของบุคคล ออกมาสู่การปฏิบัติและบุคลิกภาพ แล้วจึงก้าวออกมาสู่การพัฒนาในระดับองค์กรและระดับสังคมต่อไป

6. สงฆ์ในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้

การจัดตั้งองค์กรสงฆ์ขึ้นมา เพื่อเป็นสังคมหรือชุมชนแห่งการพัฒนาบุคคล และเป็นสังคมตัวอย่างดังกล่าวมานั้น โดยการเปิดรับบุคคลจากทุกชนชั้นวรรณะเข้ามาเป็นสมาชิก ถือได้ว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้เข้ามารับการฝึกฝนและพัฒนาตนเอง โดยการเรียนรู้และพัฒนาตนเองทั้งในทางด้านพฤติกรรม (ศีล) จิตใจ (สมาธิ) และความรู้ความเข้าใจ(ปัญญา) โดยอาศัยหลักธรรมหรือกระบวนการในการเรียนรู้ที่เรียกว่า ไตรสิกขา โดยนัยนี้ จึงถือได้ว่า สงฆ์เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) หรือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community) อย่างแท้จริง

นอกจากตัวหลักธรรมที่เป็นหลักในการพัฒนาบุคคลให้เกิดการเรียนรู้แล้ว ยังมีวิธีการอื่นๆ ที่เป็นตัวส่งเสริมการเรียนรู้หรือเป็นสื่อ การสื่อสาร (communication) ในองค์กร ซึ่งนอกจากจะเป็นการสื่อสารแล้วยังเป็นการพัฒนาบุคคลให้เกิดการเรียนรู้ และเป็นหลักจริยธรรมสำคัญในการให้บุคคลได้อยู่ร่วมกันด้วยดีอีกด้วย (ประเวศ วะสี, 2540) นั่นคือ การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การประกอบพิธีสำคัญต่างๆ และการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ เช่น การออกรับบิณฑบาตของพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งในพุทธประวัติจะพบว่า การออกรับบิณฑบาตของพระพุทธองค์และพระสาวกนั้น ก่อให้เกิดการเรียนรู้แก่สมาชิกภายนอกองค์กรสงฆ์เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีวิธีการเทศน์ การออกสั่งสอนประชาชนตามท้องถิ่นต่าง ๆ การร่วมกันประชุมในวันอุโบสถเป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ได้กลายเป็นวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ร่วมกันของบุคลากรในองค์กรสงฆ์ และร่วมกับบุคคลภายนอก

สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดในฐานะที่สงฆ์เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ก็คือบทบาทของพระพุทธเจ้า ซึ่งถือว่าเป็นผู้นำองค์กรที่ไม่เพียงแต่จะเป็นผู้นำองค์กรไปสู่ทิศทางที่ต้องการ หากแต่ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคมอีกด้วย ผู้นำในองค์กรจึงมีความสำคัญในฐานะเป็นบุคคลที่จะมาประสานช่วยให้คนทั้งหลายได้มาอยู่ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่รวมกันหรือร่วมกันทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม ไปสู่จุดหมายโดยสวัสดิภาพ ผู้นำในองค์กรจึงมีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างไปจากบุคคลอื่น ๆ ในหลาย ๆ ด้าน พระพุทธองค์ในฐานะผู้นำและผู้บริหารองค์กรสงฆ์ ทรงเพียบพร้อมด้วยคุณสมบัติความเป็นผู้นำทั้งภายในและภายนอก

บทบาทของพระพุทธองค์ในแง่ของการจัดการองค์กรและบริหารองค์กรสงฆ์ นอกจากพระองค์จะทรงเป็นแบบอย่างของสมาชิกในองค์กรแล้ว บทบาทในการบริหารและจัดการที่แท้จริงของพระองค์ก็คือ ทรงช่วยให้มิติต่าง ๆ มาเชื่อมโยงกันได้อย่างสมดุล โดยทรงเป็นผู้ประสานคนกับงาน คนกับคน คนกับธรรมชาติ โดยทรงนำความจริงออกมาจัดตั้ง วางระบบแบบแผน กำหนดโครงสร้าง กระบวนวิธีการวางกฎกติกาเกี่ยวกับงาน และคนที่จะให้ปฏิบัติการของมวลมนุษย์ให้เป็นเหตุเป็นผลในธรรมชาติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พระองค์ทรงเป็นผู้ประสานเชื่อมโยงสาระ คือ ความเป็นจริงในธรรมชาติกับรูปแบบกระบวนการปฏิบัติของมนุษย์ หรือทรงเป็นนักบริหารกฎมนุษย์ ให้ออกมาเป็นผลตามกฎของธรรมชาตินั่นเอง การจัดตั้งองค์กรสงฆ์จึงเป็นการจัดวางระบบการเรียนรู้ของมนุษย์ให้สอดคล้องและประสานเข้ากับกฎธรรมชาติ ก่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติและสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้อย่างยั่งยืน

7. การบูรณาการแนวคิดเรื่องสงฆ์กับองค์กรแห่งการเรียนรู้

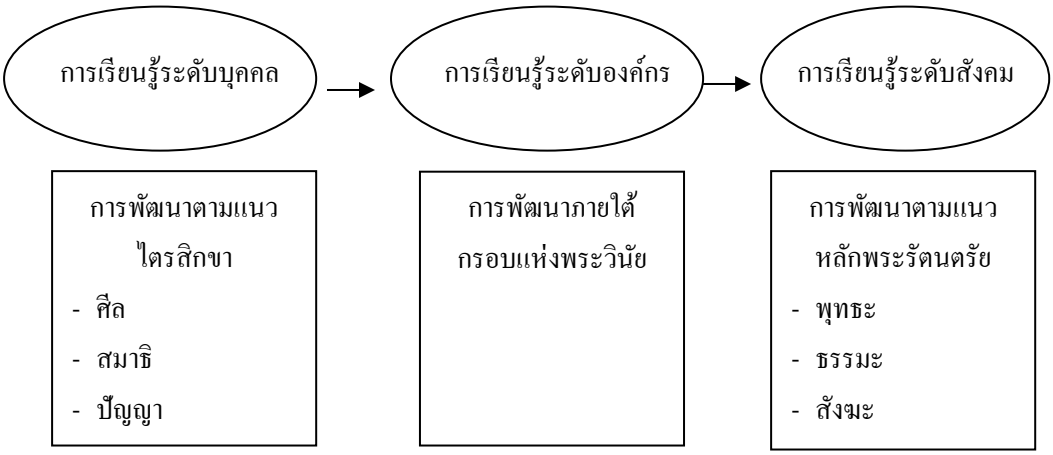
ในปัจจุบัน ที่องค์กรได้พัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น พระพุทธศาสนาในฐานะเป็นบ่อเกิดภูมิปัญญาตะวันออกที่สามารถจะให้คำตอบได้ ทั้งในเรื่องการพัฒนาบุคคล การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาสังคม หลักธรรมต่าง ๆ ในพระพุทธศาสนาจึงสามารถนำมาบูรณาการเข้ากับการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ เพราะหลักธรรมในพระพุทธศาสนามีพื้นฐานอยู่ที่การพัฒนาบุคคลทั้งในระดับจิตใจและในระดับชุมชนและสังคม การบูรณาการแนวคิดเรื่องสงฆ์ในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้ จึงมีหลักการสำคัญดังนี้

1) การบูรณาการองค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น ต้องบูรณาการในระดับบุคคลก่อนเป็นสำคัญ โดยต้องมุ่งเน้นให้พัฒนาในมิติทางด้านจิตใจ ซึ่งเป็นแก่นสำคัญของมนุษย์ เมื่อพัฒนาในระดับจิตใจแล้ว จึงเชื่อมโยงออกมาในระดับพฤติกรรม คือ ความสัมพันธ์ของบุคคลกับองค์กรหรือบุคคลอื่นๆ ในองค์กร แล้วจึงขยายออกมาเป็นสังคม (ตามหลักพระรัตนตรัย คือ จากมนุษย์ สู่ธรรมชาติ และสังคม)

2) องค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น คือ องค์กรที่ประกอบด้วยบุคคลแห่งการเรียนรู้ (Learning Person) คือ พระเสขะ ต้องศึกษาและเรียนรู้ในทุกมิติ ซึ่งจะต้องพัฒนาจนบรรลุเป้าหมายสูงสุดคือพระนิพพาน แล้วจึงจะพัฒนาในการที่จะออกไปสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ใหม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ องค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น ก็คือ องค์กรแห่งการตื่นรู้ (Awakening Organization)

3) องค์กรแห่งการเรียนรู้ มองจากมิติขององค์กรสงฆ์แล้ว จะต้องพัฒนาไปสู่การเชื่อมโยง และประสานกับทุกมิติในสังคม และสอดคล้องกับกฎธรรมชาติเป็นสำคัญ องค์กรในปัจจุบัน จึงต้องตระหนักในมิติดังกล่าวด้วย

แนวคิดในการบูรณาการแนวความคิดเรื่องสงฆ์ เพื่อพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้จึงเป็นไปตามลำดับดังนี้



8. บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบัน ก่อให้เกิดการศึกษาและพัฒนาในมิติต่าง ๆ อย่างมากมาย องค์กรที่มนุษย์ได้ก่อตั้งและดำเนินมาจนปัจจุบันนี้ ก็ได้เปลี่ยนไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้แล้ว ผู้นำองค์กรและผู้บริหารองค์กรก็เป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย ผู้นำจึงต้องมีคุณสมบัติพิเศษหลายประการที่จะทำหน้าที่ในการสร้างบุคคลให้เกิดการเรียนรู้ ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานคนเข้ากับงานที่ทำ ประสานเข้ากับสังคมและธรรมชาติ คุณลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถประยุกต์แนวความคิดเรื่องสงฆ์ในพระพุทธศาสนามาใช้พัฒนาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ เพราะองค์กรสงฆ์นั้น จุดมุ่งหมายสำคัญก็คือ การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยพระพุทธองค์ทรงตั้งขึ้นมาเป็นแบบอย่างขององค์กรในสังคม ที่มีวิถีชีวิตเฉพาะ(วินัย) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้และองค์กรแห่งการเรียนรู้ หัวใจสำคัญของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ก็คือ การพัฒนาบุคคลในองค์กรให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ เพื่อก้าวไปสู่การพัฒนาสังคมให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

บดินทร์ วิจารณ์. (2548). *การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้*. แปลจาก Building the Learning Organization by Michael J. Marquardt. กรุงเทพฯ : เอ็กซเปอร์เน็ท.

ประเวศ วะสี. (2540). *การพัฒนาพลังสร้างสรรค์องค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

พระธรรมปิฎก. (2539). “สัมโมทนียกถาและการกล่าวปิดการสัมมนาการศึกษาเพื่อสันติภาพ”, *สารประชาสัมพันธ์สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ*. ฉบับพิเศษ (ธันวาคม).

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย .

รุ่งเรือง ลิ้มชูปฏิภาณ์. (2545). “การพัฒนาองค์ความรู้ : การพัฒนาการบริหารจัดการองค์ความรู้”. *Chulalongkorn Review*. 15(57), 44-55.

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2540). “ การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ : ที่มาและที่ไป”. *สู่บ้านใหม่.* ศิรินา ภูอนันตานนท์ (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: สำนักงานสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน.

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2544). *การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้.* พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

สมคิด บางโม .(2538). *องค์การและการจัดการ.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

Phra Dhammapitaka. (2003). *Freedom : Individual and Social.* 2 nd ed., Bangkok: Buddhadhamma Foundation.

Senge, Peter M. (2006)*The Fifth Discipline : the Art & Practice of the Learning Organization.* U.S.A.: Double Day.

ศึกษาลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563

A STUDY OF THE USAGE LITERATURE ANALYSIS IN THE FOLK SONG OF NORTHEAST OF SERNG MUSIC RECORD LABEL DURING THE YEAR 2018 – 2020

ธันยกร สารมาศ, กนกวรรณ นาคอนันต์,
พรชนก เพชรหนูม ศุภกานต์ ปลอดนุ้ย, สรศักดิ์ มุกดารัตน์
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: tunyagonss@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563 ด้านการใช้คำและการใช้ภาพพจน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลรายการเพลงทั้งหมดของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก จากเว็บไซต์ยูทูป ระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม ถึง 1 กันยายน พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 51 บทเพลง ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษามาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ด้านการใช้คำ พบจำนวน 4 ชนิด ได้แก่ การใช้คำสื่ออารมณ์ การใช้คำสัมผัส การใช้คำซ้ำ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ ส่วนด้านการใช้ภาพพจน์ พบจำนวน 6 ชนิด ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ อติพจน์ บุคคลวัต สัญลักษณ์และสัทพจน์ ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าบทเพลงในค่าย เซิ้ง มิวสิก เป็นบทเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีลักษณะเด่น มีความแปลกใหม่ด้านการใช้ภาษา และเนื้อหาที่ดึงดูดใจผู้ฟัง ดังนั้น จึงทำให้บทเพลงในค่ายเพลงเซิ้งมิวสิกกำลังเป็นที่นิยมของผู้ฟังเพลงในปัจจุบัน

คำสำคัญ : วรรณศิลป์ การใช้คำ การใช้ภาพพจน์ เพลงลูกทุ่งอีสาน ค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก

ABSTRACT

This research article aimed to study words and figures of speech of the art of literature in the folk song of northeast of Serng Music record label during the year 2018 – 2020. Data was analyzed using qualitative research and data collection from all song playlist of record label in YouTube website during the date 1 August,

2020 to 1 September, 2020 total 51songs. Used concept about language usage characteristics to be used for data analysis.

The results of the research showed that, four technique of words are employed in the folk song; usage of emotional words, usage of rhyme words, usage of the repetition words, and usage of the foreign language words. With regard to the figures of speech, six categories were found; simile, metaphor, hyperbole, personification, symbol, and onomatopoeia. The results of the research reflected that the song of Serng Music record label is folk song of northeast, outstanding characteristic and novelty of language usage and content that attract to audiences. So, the songs of Serng Music record label are becoming popular of music listeners at present.

Keywords: The art of literature, words, figures of speech, folk song of northeast, Serng Music record label

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันเพลงลูกทุ่งมีความหลากหลายและได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากเพลงลูกทุ่งสามารถเข้าถึงคนฟังได้ทุกเพศ ทุกวัย ทั้งในต่างจังหวัด และในสังคมเมืองทุกระดับ รวมถึงบทเพลงลูกทุ่งอีสาน ในปัจจุบันนับได้ว่าเป็นที่นิยม หรืออยู่ในกระแสสังคมตลอดเวลา ดังที่ สันติ ทิพนา (2560 : 11) กล่าวว่าเพลงลูกทุ่งอีสาน คือ "เพลงที่สะท้อนวิถีชีวิตอีสาน สภาพสังคม อุดมคติและวัฒนธรรมไทย โดยมีท่วงทำนอง คำร้อง สำเนียง และลีลาการร้องการบรรเลงที่เป็นแบบแผน มีลักษณะเฉพาะให้บรรยากาศของความเป็นลูกทุ่งอีสาน เพลงลูกทุ่งอีสานมีความสัมพันธ์กับคนไทยตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน และเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มคนไทยในชนบท เนื้อหาของเพลงลูกทุ่งมักจะสะท้อนถึงสภาพสังคม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีไทย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าเพลงลูกทุ่งอีสานเป็นสมบัติทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติไทย"

บทเพลงในค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก นับได้ว่าเป็นบทเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างชัดเจน สังเกตได้จากผลงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ที่ได้สร้างภาพยนตร์ไทบ้านเดอะซีรีส์ ไทบ้านเดอะซีรีส์ 2.1 และไทบ้านเดอะซีรีส์ 2.2 ทำให้รายได้จากการทำภาพยนตร์มีรายได้ที่มหาศาล และเพลงประกอบภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องนั้นมียอดผู้เข้าชมในยูทูปมากกว่า 100 ล้านครั้ง ทำให้เป็นกระแส และเป็นที่รู้จักในวงการเพลง ดังนั้นทางค่ายเซิ้ง มิวสิก ได้มีการทำเพลงต่อ ๆ มา โดยเนื้อหาของมิวสิกวีดีโอมีการเชื่อมโยงถึงตัวเนื้อเรื่องในภาพยนตร์ และบทเพลงในค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก แต่ละเพลงมียอดวิวมากถึง 300 ล้านครั้ง เช่น เพลงกอดเสาเถียง ของ ปรีชา ปัดภัย มียอดการรับชม 308,454,813 ครั้ง เพลงมักอ้ายหลายเด้อ ของ กวาง จิรพรรณ ยอดการรับชม 265,910,085 ครั้ง เพลงทดเวลาบาดเจ็บ ของ บอย พนมไพร ยอดการรับชม 391,387,684 ครั้ง (สืบค้นจาก : https://www.youtube.com/channel/UCtqBOzg93aIu8V-VgjRdWnA เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2561)

จากเหตุผลความสำคัญและความน่าสนใจดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก จำนวนทั้งสิ้น 51 เพลง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะเป็นประโยชน์ในด้านการเข้าใจ เข้าถึง บทเพลงลูกทุ่งอีสาน ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมเพลงลูกทุ่งอีสานได้อีกทางหนึ่งด้วย

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่าย เซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563 ด้านการใช้คำและการใช้ภาพพจน์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ราชบัณฑิตสถาน (2554 : 1100) ให้คำอธิบายความหมายของ "วรรณศิลป์" ไว้ว่า คือ ศิลปะในการประพันธ์หนังสือ เช่น ลิลิตพระลอเป็นวรรณคดีที่มีวรรณศิลป์สูงส่ง, ศิลปะทางวรรณกรรม เช่น นักวรรณศิลป์; วรรณกรรมที่ถึงขั้นเป็นวรรณคดี, หนังสือที่ได้รับการยกย่องว่าแต่งดี

ชำนาญ รอดเหตุภัย (2522 : 70-81) กล่าวว่า การใช้คำอาจก่อให้เกิดความรู้สึกกระทบกระเทือนอารมณ์ผู้ฟัง หรือผู้อ่าน ได้ทั้งความรู้สึก สุข สดชื่น เศร้า สะเทือนใจ และปลุกเร้าให้เกิดความฮึกเหิม กระตือรือร้นในการทำงาน

ธเนศ เวศร์ภาดา (2549 : 38-39) กล่าวถึงการซ้ำคำไว้ว่า การซ้ำคำ คือ การใช้คำเดียวกันกล่าวซ้ำหลายแห่งในบทประพันธ์หนึ่งบท เพื่อย้ำความให้หนักแน่นขึ้น การซ้ำคำในแง่วรรณศิลป์มักจะซ้ำคำที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยสร้างความชัดเจนหนักแน่นของสารที่กวีต้องการสื่อ

วัชราภรณ์ อาจหาญ (2535 : 103) กล่าวถึง คำสัมผัส สรุปได้ว่า หมายถึง การเล่นคำที่มีเสียงสัมผัส เป็นกลวิธีการสร้างความไพเราะทางด้านเสียงโดยตรง กวีหรือผู้แต่งที่มีความสามารถสูง ย่อมจะสามารถเล่นคำให้เกิดความงามทางด้านเสียงพร้อม ๆ ไปกับการสร้างความงามทางด้านความหมายด้วย มิใช่เพียง แต่อ่านให้ได้เสียงไพเราะเท่านั้น

สุดารัตน์ บัวศรี (2547 : 77) กล่าวถึง การใช้คำภาษาต่างประเทศว่า การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การนำคำของภาษาหนึ่งมาใช้ในอีกภาษาหนึ่ง มี 2 ลักษณะ คือ คำที่เป็นคำเฉพาะ และคำที่เป็นคำทั่วไป

วัฒนชัย หมั่นยิ่ง (2549 : 18) กล่าวว่า โวหารภาพพจน์ (Figures of Speech) คือ การใช้ถ้อยคำในการประพันธ์ที่มีความหมายแฝงเร้นอยู่ ซึ่งก่อให้เกิดพลังที่สามารถบรรยายได้แจ่มชัดขึ้น และสร้างอารมณ์สะเทือนใจได้ดียิ่งขึ้น

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญใจ บุญคุ้ม (2559) แบ่งหัวข้อในงานวิจัยเรื่องวัจนลีลาและบทบาทหน้าที่ของเพลงลูกทุ่งไว้ 5 ประเด็น คือ การใช้วัจนลีลา การใช้คำและความหมาย การใช้สำนวนและโวหาร การใช้ภาพพจน์และบทบาทของเพลงลูกทุ่ง

อลิสา เลี้ยงรื่นรมย์ (2549) ศึกษาเรื่องลีลาภาษาในเพลงลูกทุ่งของสลา คุณวุฒิ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาและผลการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหา โดยผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษา แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ ลักษณะการใช้คำ ลักษณะการใช้ประโยค ลักษณะการใช้โวหาร และลักษณะการใช้สำนวน ส่วนผลการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหา แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ เพลงเกี่ยวกับความรักและความผิดหวัง เพลงเกี่ยวกับความหลังและการรอคอย เพลงเกี่ยวกับคติธรรม ภาษิตสอนใจ และเพลงเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ สะท้อนสังคม

ปิยะ มณีวงศ์ (2544) แบ่งหัวข้อการใช้โวหารในงานวิจัยเรื่องการเล่าเรื่องและวัจนลีลาในงานประพันธ์เนื้อร้องเพลงไทยสากลของระวี กังสนารักษ์ ออกเป็น 12 หัวข้อ ได้แก่ อุปลักษณ์ อุปมา สมพจนัย นามนัย ปฏิภาคพจน์ อาวัตพากย์ อติพจน์ อธิพจน์ ปฏิรูปพจน์ บุคลาธิษฐาน อุทธาหรณ์ และปฏิปุจฉา

4. วิธีดำเนินการวิจัย

(1) ขอบเขตของการวิจัย ผู้วิจัยรวบรวมบทเพลงในค่าย เซิ้ง มิวสิก เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม ถึง 1 กันยายน พ.ศ. 2563 รวมจำนวนทั้งสิ้น 51 บทเพลง จากนั้นจึงสำรวจและรวบรวมเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวรรณศิลป์ โวหารภาพพจน์ และลักษณะการใช้ภาษาในบทเพลง

(2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยสำรวจ รวบรวม และสังเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวรรณศิลป์ การใช้คำ การใช้ภาพพจน์ และบทเพลงลูกทุ่งอีสาน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเพลง จำนวน 51 บทเพลง

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยวิเคราะห์วรรณศิลป์ด้านการใช้คำ แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ การใช้คำสื่ออารมณ์ การใช้คำสัมผัส การใช้คำซ้ำ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยวิเคราะห์วรรณศิลป์ด้านการใช้ภาพพจน์ แบ่งออกเป็น 6 ชนิด ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ อติพจน์ บุคคลวัต สัญลักษณ์ และสัทพจน์

ขั้นตอนที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลงเซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563 ด้านการใช้คำ และด้านการใช้ภาพพจน์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 ด้านการใช้คำ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การใช้คำสื่ออารมณ์ การใช้คำสัมผัส การใช้คำซ้ำ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 การใช้คำสื่ออารมณ์ คำที่สื่ออารมณ์ แต่ละคำที่นำมาเรียงร้อยเป็นบทเพลงเพื่อถ่ายทอดออกมาเป็นน้ำเสียง ซึ่งสื่อถึงความรู้สึกทางอารมณ์ต่าง ๆ ให้แก่ผู้ฟัง เช่น อารมณ์โกรธ โศกเศร้า รัก สนุกสนาน และ เยาะเย้ย เป็นต้น จากการศึกษาพบการใช้คำสื่ออารมณ์ 6 ประเภท ดังนี้

5.1.1.1 คำที่สื่ออารมณ์ โศกเศร้า เสียใจ ซึ่งเกิดจากความผิดหวังในเรื่องความรัก เช่น

...**<u>ภาพความทรงจำสุดท้าย</u>**เมื่อตอนเจ้าลา อ้าย**<u>ปาดน้ำตา</u>**ตั้งแต่มื้อนั้น จนฮอดมื้อนี้
วันที่เฮาเคยมีกัน ยังทำใจสั่นอยู่ทุกนาที วิธีลืมยังบ่มี ยังลบอิหยังบ่ได้...

(เพลงทุกการแจ้งเตือน ขับร้องโดย ศาล ศาลศิลป์)

ข้อความว่า **ภาพความทรงจำสุดท้าย...ปาดน้ำตา** สื่อให้ให้เห็นถึงอารมณ์โศกเศร้า เสียใจ จากการที่ถูกคนรักทอดทิ้ง

5.1.1.2 คำที่สื่ออารมณ์โกรธแค้น ขุ่นเคือง หมายถึง การใช้คำที่แสดงถึงความรู้สึกโกรธนั้น ซึ่งมีหลายระดับ ได้แก่ การทำให้โกรธ ไม่พอใจ ความรู้สึกโกรธแต่พยายามระงับอารมณ์ จะมีการใช้คำที่แสดงถึงความรู้สึกโกรธหรือไม่พอใจในลักษณะรู้สึกโกรธแต่พยายามระงับอารมณ์และตัดพ้อต่อว่า เช่น

...**<u>ระวังไว้เด้อ</u> <u>อ้ายบ่ได้แช่ง</u>** ย้อนฮักย้อนแพงย่านเบิ่งแยงย่านเจ้าเสียใจ

สิบอกตรง ๆ นิสัยผู้ชาย มื้อได๋ถ้าเขาบ่แคร์...

(เพลงขาดของ ขับร้องโดย โอ๊ต สุธารมย์)

ข้อความว่า **ระวังไว้เด้อ อ้ายบ่ได้แช่ง** แสดงถึงความรู้สึกโกรธ และตักเตือนให้อีกฝ่ายระวังตัว

5.1.1.3 คำที่สื่ออารมณ์ ประชดประชัน เสียดสี เยาะเย้ย เป็นคำที่ใช้แสดงอารมณ์ต่อเนื่องมาจากอารมณ์โกรธ มีการใช้น้ำเสียงที่แสดงถึงการประชดประชัด พบการใช้คำสื่ออารมณ์ ประชดประชัน เสียดสี เยาะเย้ย เช่น

…แคร์คนผู้เดียว ถิ่มไปเสียใจ **<u>เสียดายหาใหม่กะได้</u>** แห่งบ่ตาย …

(เพลง เก็บสะโพก ขับร้อง แสงดาว พิมมะศรี)

ข้อความว่า **เสียดายหาใหม่กะได้** แสดงให้เห็นถึงคำที่สื่ออารมณ์ประชดประชัน ที่ผิดหวังมาจากความรักแล้ว จะหาคนรักใหม่เมื่อไหร่ก็ได้

5.1.1.4 คำที่สื่ออารมณ์สุข สดชื่น หมายถึง คำที่แสดงถึงอารมณ์รักที่มีความห่วงใย ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน จนผู้ฟังรู้สึกคล้อยตามไปกับบทเพลง เช่น

…น้อง**<u>มัก</u>**อ้ายหลายขอเบอร์แลกไลน์ อยากถามอ้ายว่าอ้ายมีเมียไป่

ถ้ายังบ่มีน้องสิ**<u>จีบ</u>**เอา ชนแก้วเบา ๆ **<u>โบกมือ</u>**บ๊ายบาย…

(เพลงมักอ้ายหลายเด้อ ขับร้องโดย กวางจิรพรรณ)

คำว่า **มัก...จีบ...โบกมือ** แสดงถึงคำที่สื่ออารมณ์ความสุขจากอาการของคนที่เจอความรัก

5.1.1.5 คำที่สื่ออารมณ์ขบขัน สนุกสนาน ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยสามารถจินตนาการถึงท่วงท่ากิริยาอาการได้ ทำให้ได้รับความสนุก ขบขันไปกับพฤติกรรม เช่น

…อ้ายบ่มีสิขี้คร่าน ยามค่ำพ้อ**<u>ผีผ้าห่ม</u>** สิกอดสมยงค์ …

(เพลงอ้ายมีสิทธิ์บ่ ขับร้องโดย เฟิร์น, ทีม, เก้า)

คำว่า **ผีผ้าห่ม** แสดงให้เห็นถึงคำที่สื่ออารมณ์ขบขัน ที่สื่อความหมายสองแง่สองง่าม

ข้อความว่า **บ่มีมื้อได๋ สิลืมได้เมื่อเฮายังมีกัน** แสดงถึงคำที่สื่ออารมณ์อาลัยอาวรณ์ที่คิดถึงคนรัก

5.1.1.6 คำที่สื่ออารมณ์สงสาร สร้างความน่าเห็นใจ มักเป็นคำที่แสดงความถ่อมตน ขอร้อง วิงวอน ให้เห็นใจ พบการใช้คำที่สื่ออารมณ์ สงสาร เห็นใจ และให้อภัย เช่น

…หากวันใดที่อ้ายเจ็บช้ำ **<u>เจ้าคงนั่งกอดหัวใจอ้าย</u>** …

(เพลงเพียงเจ้า ขับร้องโดย แจ๋ม พลอยไพลิน ft. ออนเดอะร็อค)

ข้อความว่า **เจ้าคงนั่งกอดหัวใจอ้าย** แสดงให้เห็นถึงคำที่สร้างความน่าเห็นใจ ที่ดูแลรักษาความรักของกันและกัน

5.1.2 การใช้คำสัมผัส หมายถึง การเล่นคำที่มีเสียงสัมผัส เป็นกลวิธีการสร้างความไพเราะทางด้านเสียงโดยตรง ทำให้เกิดความงามทางด้านเสียงกับการสร้างความงามทางด้านความหมายด้วย มิใช่เพียงแต่อ่านให้ได้เสียงไพเราะเท่านั้น ซึ่งการเล่นคำที่มีเสียงสัมผัสนี้จะมีทั้งสัมผัสพยัญชนะ และสัมผัสสระ จากการศึกษาพบการใช้คำสัมผัส 2 ประเภท ดังนี้

5.1.2.1 การใช้คำสัมผัสสระ สัมผัสสระ คือ คำคล้องจองที่เกิดจากการใช้คำที่มีสระเดียวกัน แต่พยัญชนะต้น และการสะกดต่างกัน เป็นการสร้างความคล้องจอง สละสลวยให้บทประพันธ์ ดังต่อไปนี้

ก. คำเคียง คือ คำที่สัมผัสสระชิดกันสองคำ เช่นคำว่า “ออนซอน” และคำว่า “จอนฟอน” เช่น

...เจ้าบ่**ออนซอน**บ่เคยเห็นอ้ายอยู่ในสายตา มื่อนี่อย่ามาทำเป็นว่าเจ้านั้นฮำฮอน
อ้ายบ่แม่น**จอนฟอน**เจ้าบ่ต้องมาสะออน ปล่อยอ้ายไปตามทางของคนโสด...

(เพลงฮัลโหลผู้สาวเก่า ขับร้อง โดย อ้ายเปเล่)

ข. คำแทรกเอก คือ คำที่สัมผัสสระมีคำอื่นคั่นกลางสองคำ เช่นคำว่า "ถอน-นอน" และคำว่า "เบา-เข้า" เช่น

...แค่ออกมา**ถอน**เกือบได้**นอน**ร้านเหล้าออกมาจิ๊บ**เบา**เกือบได้**เข้า**โรงบาล...

(เพลงเสี่ยงตาน้อย ขับร้อง โดย อี๊ด โปงลางสะออน)

5.1.2.2 การใช้คำสัมผัสพยัญชนะ คือ คำคล้องจองที่เกิดจากเสียงพยัญชนะตัวเดียวกัน ทำให้เกิดความไพเราะรื่นหูนับเป็นความงามทางภาษาที่กวีหรือผู้ประพันธ์กลั่นกรองและเลือกสรรคำเพื่อให้เกิดสุนทรียะ ดังต่อไปนี้

ก. คำเทียบคู่ คือ คำสัมผัสพยัญชนะสามคำชิดกัน เช่นคำว่า หลอย ลัก และ ลอบ เช่น

...อ้ายจั่งได้ป้าจั่งได้**หลอยลักลอบ**สบตา...

(เพลงหายไปสื่อ ๆ ขับร้อง โดย อัน พิไลพร)

ข. คำแทรกคู่ คือ สัมผัสพยัญชนะโดยมีคำคั่นหนึ่งคำ เช่นคำว่า "เคย-คน" เช่น

...**เคย**เป็น**คน**เฉยเมย มาละถึกใจเสยเมื่อได้พบเจ้า...

(เพลงนางเอย ขับร้อง โดย แจ๋ม พลอยไพลิน)

5.1.3 การใช้คำซ้ำ คำซ้ำ หมายถึง การนำคำหรือวลีที่มีตัวสะกด และมีความหมายเหมือนกันเขียนเหมือนกัน มาเรียงชิดกัน หรือมีคำอื่นคั่น อาจซ้ำคำในวรรคเดียวกันหรือต่างวรรคก็ได้ การซ้ำคำเป็นการย้ำความให้ข้อความมีความหมายหนักแน่นขึ้น และช่วยให้ข้อความสละสลวยเพราะยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบการใช้คำซ้ำ 2 ลักษณะ ดังนี้

5.1.3.1 การซ้ำคำและข้อความที่อยู่ในตำแหน่งชิดติดกัน เป็นการซ้ำเพื่อบอกความทั่ว ๆ ไป ซ้ำเพื่อเน้นย้ำความหมายให้ชัดเจนขึ้น รวมทั้งซ้ำเพื่อบอกความถี่หรือปริมาณ เช่น

...**เมียหมู่ อู้ฮูว เมียหมู่ เมียหมู่ อู้ฮูว เมียหมู่ อู้ฮูว เมียหมู่ เมียหมู่ อู้ฮูว**...

(เพลงเมียหมู่ ขับร้อง โดย ดิด คิดตี้)

การซ้ำคำว่า **เมียหมู่** เป็นการซ้ำเพื่อประกอบทำนองเพลง จึงทำให้เพลงมีความสนุกสนานขึ้น

5.1.3.2 การซ้ำคำและข้อความในตำแหน่งห่างกัน เป็นการซ้ำเพื่อประโยชน์ทางภาษา ช่วยทำให้บทเพลงมีความไพเราะน่าฟัง และยังช่วยเน้นย้ำความได้อีกด้วย เช่น

...**เสีย**ใจ **เสีย**ได้แต่อย่า**เสีย**คน...

(เพลงเว้าสู่ฟัง ขับร้อง โดย ปรีชา ปัตภัย)

การซ้ำคำว่า **เสีย** เพื่อแสดงความเป็นเหตุเป็นผลของข้อความโดยเล่นคำเพียงคำเดียวแต่ให้อารมณ์ในเชิงสั่งสอน

5.1.4 การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การนำคำของภาษาหนึ่งมาใช้ในอีกภาษาหนึ่ง จากการศึกษาพบการใช้คำภาษาต่างประเทศ เช่น

...ถ่ายรูปสองนิ้วใส่**แมสก์** **อัป**ลง**เฟซ** **แท็ก**คนทางบ้าน...

(เพลงดูแลเจ้าของแหน่เด้อ ขับร้อง โดย ศาล สานศิลป์)

คำว่า **แมสก์** มาจากคำว่า **mask** หมายถึง น. หน้ากาก ส่วนคำว่า **อัป** มาจากคำว่ามาจากคำว่า **up load** หมายถึง น. การถ่ายโอนข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปอีกเครื่องหนึ่ง และคำว่า **แท็ก** มาจากคำว่า **tag** หมายถึง น. สำนวนหรือประโยค , คำลงท้าย

5.2 การใช้ภาพพจน์ ภาพพจน์ คือ ถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพในใจ โดยใช้กลวิธีหรือชั้นเชิงในการเรียบเรียงถ้อยคำให้มีพลังที่จะสัมผัสอารมณ์ของผู้อ่านจนเกิดความประทับใจเกิดความเข้าใจลึกซึ้งและเกิดอารมณ์สะเทือนใจมากกว่าถ้อยคำที่กล่าวอย่างตรงไปตรงมา จากการศึกษาพบการใช้โวหาร 6 ประเภท ดังนี้

5.2.1 อุปมา คือ การเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งที่โดยธรรมชาติแล้วมีสภาพที่แตกต่างกัน แต่มีลักษณะเด่นร่วมกัน และใช้คำที่มีความหมายว่าเหมือนหรือคล้าย เช่น

...รู้ตัวเป็นแค่**หมาวัด**ยังอยากจะเด็ด**ดอกฟ้า**

เธอสวยดั่ง**เทพธิดา**ส่วนเรานั้นเป็น**ซาตาน**...

(เพลงบ่หล่อหากินหมาน ขับร้อง โดย Kummom นักบุญการดนตรี)

ข้อความ “รู้ตัวเป็นแค่หมาวัดยังอยากจะเด็ดดอกฟ้า” ทำให้เห็นความต่างระหว่างคน 2 คน เพราะหมาวัดยังอยู่บนพื้นโลก ส่วนดอกฟ้าอยู่เอื้อมสุดมือยากจะเอื้อมถึง และข้อความ “เธอสวยดั่งเทพธิดาส่วนเรานั้นเป็นซาตาน” เปรียบเทียบฝ่ายชายว่าซานตานที่อยู่ใต้พื้นโลก ที่ลึกมากจนไม่มีใครมองเห็น ส่วนฝ่ายหญิงเปรียบเสมือนเทพธิดา เพราะฉะนั้นแล้ว เทพธิดาคงไม่อาจเห็นซาตาน

5.2.2 อุปลักษณ์ คือ การเปรียบเทียบว่าสิ่งหนึ่งเหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง โดยการนำของสองสิ่งที่ต่างจำพวกกันแต่มีลักษณะเด่นเหมือนกันมาเปรียบเทียบกัน เช่น

...ถึงแม้ว่าอ้ายบ่หล่อ**หน้าตาอ้ายคือหมาว้อ**...

(เพลงบ่หล่อหากินหมาน ขับร้อง โดย Kummom นักบุญการดนตรี)

ข้อความว่า “หน้าตาอ้ายคือหมาว้อ” เปรียบเทียบคนหน้าตาไม่ดีจะดูแล้วไม่เจริญหูเจริญตา ไม่น่ามอง ไม่เหมือนคนหน้าตาดี กับคำว่า “หมาว้อ” เป็นภาษาถิ่นอีสาน แปลว่า สุนัขป่า หรือ สุนัขบ้า ซึ่งผู้คนต่างหวาดกลัว เปรียบเทียบถึงขนาดดูถูกตนเองว่าน่าเกลียดน่ากลัวไม่น่าคบหา

5.2.3 อติพจน์ คือ การกล่าวเกินจริง ซึ่งเป็นความรู้สึก หรือความคิดของผู้กล่าวที่ต้องการย้ำความหมายให้ผู้ฟังรู้สึกว่าหนักแน่นจริงจัง ทั้งผู้กล่าว และผู้ฟังก็เข้าใจว่ามิใช้เป็นการกล่าวเท็จ เช่น

...**เตะมันทิ้งไปให้พ้นไกล ๆ ความจำที่เฮ็ดน้ำตาพัง**...

(เพลงเว้าสู่ฟัง ขับร้อง โดย ปรีชา ปัตภัย)

ข้อความว่า “เตะมันทิ้งไปให้พ้นไกล ๆ ความจำที่เฮ็ดน้ำตาพัง” ผู้ประพันธ์ต้องการแสดงให้เห็นถึงผู้ผิดหวังจากความรักที่ต้องการจะลืมความทรงจำที่ไม่ดีไป คำว่า “ความจำ” ไม่เป็นสิ่งของที่สามารถจับต้องได้ แต่ผู้ประพันธ์ก็สื่อให้เห็นว่ามีความเจ็บช้ำจากความรักอย่างสาหัส และอยากจะลืมความทรงจำที่ไม่ดีไป

5.2.4 บุคคลวัต คือการสมมุติให้สิ่งที่ไม่มีชีวิต ไม่มีความคิด สิ่งที่เป็นนามธรรมหรือสัตว์ให้มีสติปัญญาอารมณ์ หรือกิริยาอาการเหมือนมนุษย์ เช่น

...ปีนี้**ดอกคูณเศร้า** เว้าแล้วใจหาย...

(เพลงดอกคูณเศร้า ขับร้อง โดย แอน อรดี)

ข้อความว่า “ดอกคูณเศร้า” มี 2 คำมารวมกัน คือ คำว่า “ดอกคูณ” หมายถึง ดอกไม้ชนิดหนึ่งมีสีเหลืองสด มีชื่ออื่นที่เรียกว่าชัยพฤกษ์ ส่วนคำว่า “เศร้า” หมายถึง สลด ระทด หมอง ไม่เบิกบาน เป็นทุกข์ ซึ่งเป็น

อากัปกิริยาของมนุษย์ แต่ในบทเพลงสร้างให้ดอกคูณเป็นตัวแทนของภูมิลำเนา ทั้งนี้เพื่อต้องการสร้างความสะเทือนใจให้ผู้ฟังเข้าใจถึงความรู้สึกของผู้ที่พรัดพรากจากถิ่นฐานบ้านเกิด จึงทำให้อาลัยอาวรณ์ถึงความหลัง

5.2.5 สัญลักษณ์ คือ การเปรียบเทียบที่เรียกสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยใช้คำอื่นแทน คำที่ใช้เรียกนั้นเกิดจากการเปรียบเทียบ และตีความ ซึ่งใช้กันมานานจนเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป เช่น

...**อิแม่เสือ**จั่งแม่นเพิ่นคักโพดโพ...

(เพลงเมียหมู่ ขับร้อง โดย ดิด คิดตี้)

คำว่า “อิแม่เสือ” ในที่นี้ หมายถึง ผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตนเองสูง กล้าเข้าหาผู้ชาย หรือผู้หญิงผ่านผู้ชายมามากมาย ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มีคู่นอนมากกว่าหนึ่งคู่

5.2.6 สัทพจน์ คือ การใช้คำที่เลียนเสียงธรรมชาติ เช่น

...มัน**ตึ๊ก ๆ ตั๊ก ๆ** ส่างมาตำใจคัก...

(เพลงนางเอย ขับร้อง โดย แจ๋ม พลอยไพลิน)

คำว่า “ตึ๊ก ๆ ตั๊ก ๆ” ในที่นี้ หมายถึง จังหวะการเต้นของหัวใจ เมื่อเจอคนที่ชอบ

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การใช้คำสื่ออารมณ์แต่ละคำที่นำมาเรียงร้อยเป็นบทเพลงเพื่อถ่ายทอดออกมาเป็นน้ำเสียง ซึ่งสื่ออารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ แก่ผู้ฟัง เช่น อารมณ์โกรธ เกลียด โศกเศร้า เหงา รัก สนุกสนาน ชื่นชม ยกย่อง เยาะเย้ย ซึ่งสอดคล้องกับ ชำนาญ รอดเหตุภัย (2522 : 70-81) กล่าวว่า การใช้คำอาจก่อให้เกิดความรู้สึกกระทบกระเทือนอารมณ์ผู้ฟัง หรือผู้อ่าน และปลุกเร้าให้เกิดความฮึกเหิม กระตือรือร้น ในการทำงาน

2. การใช้คำสัมผัส การเล่นคำที่มีเสียงสัมผัส เป็นกลวิธีการสร้างความไพเราะทางด้านเสียงโดยตรง กวีหรือผู้แต่งที่มีความสามารถสูง ย่อมจะสามารถเล่นคำให้เกิดความงามทางด้านเสียงพร้อม ๆ ไปกับการสร้างความงามทางด้านความหมายด้วย ซึ่งการเล่นคำที่มีเสียงสัมผัสนี้จะมีทั้งสัมผัสพยัญชนะและสัมผัสสระ ซึ่งสอดคล้องกับ วัชราภรณ์ อาจหาญ (2535 : 103) กล่าวถึง คำสัมผัส ว่าหมายถึง การเล่นคำที่มีเสียงสัมผัสเป็นกลวิธีการสร้างความไพเราะทางด้านเสียงโดยตรง กวีหรือผู้แต่งที่มีความสามารถสูง ย่อมจะสามารถเล่นคำให้เกิดความงามทางด้านเสียงพร้อม ๆ ไปกับการสร้างความงามทางด้านความหมายด้วย

3. การใช้คำซ้ำ หมายถึง การนำคำหรือวลีที่มีตัวสะกด และมีความหมายเหมือนกันเขียนเหมือนกันมาเรียงชิดกัน หรือมีคำอื่นคั่น อาจซ้ำคำในวรรคเดียวกันหรือต่างวรรคก็ได้ การซ้ำคำเป็นการย้ำความให้ข้อความมีความหมายหนักแน่นขึ้น และช่วยให้ข้อความสละสลวย ซึ่งสอดคล้องกับ ธเนศ เวศร์ภาดา (2549 : 38-39) ได้กล่าวถึงการซ้ำคำไว้ว่า การซ้ำคำ คือ การใช้คำเดียวกันกล่าวซ้ำหลายแห่งในบทประพันธ์หนึ่งบทเพื่อย้ำความให้หนักแน่นขึ้น การซ้ำคำในแง่วรรณศิลป์มักจะซ้ำคำที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยสร้างความชัดเจนหนักแน่นของสารที่กวีต้องการสื่อ

4. การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การนำคำของภาษาหนึ่งมาใช้ในอีกภาษาหนึ่งมี 2 ลักษณะ คือ คำที่เป็นคำเฉพาะ และคำที่เป็นคำทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ สุดารัตน์ บัวศรี (2547 : 77) กล่าวถึง การใช้ภาษาต่างประเทศว่า การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การนำคำของภาษาหนึ่งมาใช้ในอีกภาษาหนึ่ง มี 2 ลักษณะ คือ คำเฉพาะ และคำที่เป็นคำทั่วไป

5. การใช้ภาพพจน์ คือถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพในใจ โดยใช้กลวิธีหรือชั้นเชิงในการเรียบเรียงถ้อยคำให้มีพลังที่จะสัมผัสอารมณ์ของผู้อ่านจนเกิดความประทับใจเกิดความเข้าใจลึกซึ้งและเกิดอารมณ์สะเทือนใจมากกว่าถ้อยคำที่กล่าวอย่างตรงไปตรงมาซึ่งสอดคล้องกับ วัฒนชัย หมั่นยิ่ง (2549 : 18) กล่าวว่า โวหารภาพพจน์ คือการใช้ถ้อยคำในการประพันธ์ที่มีความหมายแฝงเร้นอยู่ ซึ่งก่อให้เกิดพลังที่สามารถบรรยายได้แจ่มชัดขึ้น และสร้างอารมณ์สะเทือนใจได้ดียิ่งขึ้น

6. จากการศึกษาครั้งนี้ จะทำให้เห็นได้ว่าลักษณะลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในบทเพลงลูกทุ่งอีสานของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2563 มีลักษณะโดดเด่น มีความแปลกใหม่ด้านการใช้ภาษา และเนื้อหาที่ดึงดูดใจผู้ฟัง ดังนั้น จึงทำให้บทเพลงลูกทุ่งอีสานในค่าย เซิ้งมิวสิก กำลังเป็นที่นิยมของผู้ฟังเพลงในปัจจุบัน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้ผู้ที่สนใจหรือต้องการศึกษาในประเด็นลักษณะการใช้วรรณศิลป์ในวรรณกรรมอื่น ๆ ต่อไป

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาภาษาในบทเพลงลูกทุ่งอีสานในแง่ความหมาย และบริบทของคำ

(2) ควรศึกษาภาพสะท้อนวัฒนธรรมอีสานในบทเพลงของค่ายเพลง เซิ้ง มิวสิก

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มานำเสนอผลงาน

9. เอกสารอ้างอิง

ขวัญใจ บุญคุ้ม. (2559). *วัจนลีลาและบทบาทหน้าที่ของเพลงลูกทุ่ง*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เจตนา นาควัชระ. (2542). *ลบเส้นพรมแดนแห่งศิลปะ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชำนาญ เหตุรอดภัย. (2522). *สัมมนาการใช้ภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: กรุงสยามการพิมพ์.

เซิ้ง MUSIC. (2563). บทเพลงในค่ายเซิ้ง มิวสิก จำนวน 51 บทเพลง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม - 1 กันยายน 2563, จาก : https://www.youtube.com/channel/UCtqBOzg93aIu8V-VgjRdWnA.

ธเนศ เวศร์ภาดา. (2549). *หอมโลกวรรณศิลป์ : การสร้างรสสุนทรีย์แห่งวรรณคดีไทย*. กรงุเทพฯ: ปาเจรา.

ปิยะ มณีวงศ์. (2544). *การเล่าเรื่องและวัจนลีลาในงานประพันธ์เนื้อร้องเพลงไทยสากลของระวี กังสนารักษ์*. กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่น จำกัด.

วัชราภรณ์ อาจหาญ. (2535). *การศึกษาวิเคราะห์บทเพลงไทยสากล ของสุนทราภรณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัฒนชัย หมั่นยิ่ง. (2549).*วิเคราะห์การใช้ภาษาภาพพจน์ในมหาเวสสันดร(กัณฑ์ทศพร) ฉบับภาษาเขมร*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สันติ ทิพนา. (2560). *วาทกรรมผัวเมียในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

สุดารัตน์ บัวศรี. (2547). *การศึกษาภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันจากเรื่องขบขัน ในนิตยสารแพรวและนิตยสารชีวจิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อลิสา เลี้ยงรื่นรมย์. (2549). *ลีลาภาษาในเพลงลูกทุ่งของสลา คุณวุฒิ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การศึกษาการตั้งคำถามและการตอบคำถามของนางงาม ระหว่างปี 2018 - 2019

A STUDY ON QUESTIONING TECHNIQUES AND ANSWERING STYLES AS USED BY BEAUTY QUEENS IN THE YEARS 2018 – 2019

นนทชัย ชูวรรณรักษ์, ธิติมา ขันธ์ภักดี,
มงคล พรหมพูล, อาซีส เวชสิทธิ์
นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: ffriendch@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการตั้งคำถามและการตอบคำถามของนางงาม 2) เพื่อศึกษาบริบททางสังคมที่ปรากฏในการตั้งคำถามและการตอบคำถามของนางงาม และ 3) เพื่อศึกษาสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดนางงาม ประจำปี 2018-2019 ทั้งหมด 4 เวที พบคำถามจำนวน 51 คำถาม และคำตอบจำนวน 72 คำตอบ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดระดับการตั้งคำถาม การจำแนกประเภทคำถาม และวัจนกรรม

ผลการวิจัยพบว่า การตั้งคำถามแบ่งเป็น 6 ชนิด ได้แก่ 1) คำถามให้อธิบาย 2) คำถามให้เปรียบเทียบ 3) คำถามให้วิเคราะห์ 4) คำถามให้ยกตัวอย่าง 5) คำถามให้ประเมินและเลือกทางเลือก และ 6) คำถามให้ประยุกต์ ด้านการตอบคำถามแบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่ 1) การตอบคำถามแบบตรงประเด็น และ 2) การตอบคำถามแบบไม่ตรงประเด็น ด้านบริบททางสังคมที่ปรากฏในคำถามและคำตอบมีทั้งสิ้น 9 บริบท ได้แก่ 1) บริบทสิทธิมนุษยชน 2) บริบทสิทธิความเท่าเทียม 3) บริบทสิทธิเด็กและเยาวชน 4) บริบทสิทธิสตรี 5) บริบทสิทธิสื่อสารมวลชน 6) บริบทสิทธิทางศีลธรรม 7) บริบทสิทธิทางครอบครัว 8) บริบทสิทธิทางการศึกษา และ 9) บริบทสิทธิเกี่ยวกับอาชีพ ด้านความสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม พบเพียง 2 ประเด็น คือ การมีสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ และการขาดสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ ซึ่งการตั้งคำถามและการตอบคำถามของนางงามเป็นการถ่ายทอดกระบวนการทางภาษาได้อย่างเด่นชัด

คำสำคัญ: การตั้งคำถาม การตอบคำถาม นางงาม

ABSTRACT

The research article consisted of three objectives : 1) to study questioning strategies and question answering strategies by beauty queen contestants, 2) to investigate the social context in questioning and question answering by beauty queen contestants, and 3) to look into relationship between questions and answers given by beauty queen contestants. A qualitative research method was employed for the study. Data were collected from videos of four beauty queen contests during 2018 and 2019 which included 51 questions and 72 answers. Concepts regarding level of questioning, classification of questions and speech act theory were used in data analysis...

The study found that there were six questioning strategies: 1) question to explain, 2) question to compare, 3) question to analyze, 4) question to give samples, 5) question to assess and choose alternatives, and 6) question to reflect application. For question answering strategies, two strategies were found; 1) relevant answering and 2) irrelevant answering. With regard to social context as exhibited in questions and answers, nine types of social context were revealed including 1) human rights, 2)equality, 3) children and youth's rights, 4) women's rights, 5) mass media rights, 6) moral rights, 7) family rights, 8)education rights, and 9) occupation rights. Regarding relationship between questions and answers given by beauty queen contestants, two types of relationship were found; relevance of question and answer and irrelevance of question and answer. Questioning and question answering by beauty queen contestants were clearly seen as a transfer of language process.

Keywords: Questioning Technique, Answering Styles, Beauty Queen

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ความงามกับผู้หญิงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังนั้นผู้หญิงทุกคนจึงแสวงหาและปรารถนาที่จะมีความงาม ดังสำนวนไทยโบราณ “ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง” บ่งบอกถึงการรู้จักแต่งตัวเพราะความสวย ความงามนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการปรุงแต่งให้สอดรับหรือเหมาะสมกับรูปร่างหน้าตา ความงามของผู้หญิงในสังคมไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันวิวัฒนาการวาทกรรม ความงามของผู้หญิงไทยเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคม ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป (วิสาขา เทียมลม 2561 : 1-2) ความงามอาจรวมไปถึงการสร้างอุดมคติตั้งแต่อดีตไปจนถึงปัจจุบันว่าต้องมีรูปร่างที่บอบบาง และรักษาสัดส่วนให้ชวนมอง ซึ่งการประกวดนางงามในเวทีต่าง ๆ เป็นการแข่งขันทางรูปโฉมของสตรีอย่างเปิดเผยต่อหน้าสาธารณชน โดยการประกวดนางงามดังกล่าวมีกฎเกณฑ์ขั้นตอนที่เป็นมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ของสังคมในระดับหนึ่ง การประกวดนางงามถูกจัดขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2477 และจัดสืบต่อมาจนกระทั่งปัจจุบัน แม้ว่าในบางปีการประกวดจะเว้นว่างไปด้วยสาเหตุใดก็ตาม แต่หากมีโอกาสและสภาพสังคมเอื้ออำนวยการประกวดนางงามยังคงถูกจัดขึ้นอยู่เสมอ และทุกครั้งยังคงได้รับความสนใจจากผู้ชม รวมทั้งเสียงวิพากษ์วิจารณ์ที่มีทั้งทางบวกและทางลบตามทัศนะของบุคคลที่มีต่างกันไป

เวทีการประกวดนางงามในประเทศปัจจุบันนี้มีหลากหลายเวที อาทิ มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ (Miss Universe Thailand) ในอดีตนั้นเป็นเวทีที่สืบเนื่องมาจากเวทีนางสาวไทย แต่เมื่อไม่นานมานี้ได้เปลี่ยนผู้ถือลิขสิทธิ์จึงได้แยกการประกวดนางงามออกมาเป็นอีกเวทีหนึ่ง คือ เวทีนางสาวไทย ถือว่ามิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ (Miss Universe Thailand) เป็นเวทีที่กลุ่มผู้หญิงส่วนใหญ่มีความใฝ่ฝันที่ครั้งหนึ่งจะต้องมาประกวดบนเวทีแห่งนี้

นอกจากนี้เวทีมิสแกรนด์ไทยแลนด์ (Miss Grand Thailand) เวทีนางงามน้องใหม่ที่จัดขึ้นได้เพียง 8 ปี แต่เนื่องจากเอกลักษณ์ของเวทีนี้ที่มีการจัดการประกวดในระดับจังหวัด เพื่อหาตัวแทนนางงามทั้ง 77 จังหวัดเข้าสู่กองประกวดในระดับประดับเทศ โดยเวทีแห่งนี้มีสโลแกนที่สังคมคุ้นหูคือ "นับจากนี้ทุกพื้นที่มีแต่แกรนด์ เวทีอันดับหนึ่งของประเทศไทย" จากรูปแบบการประกวดที่ไม่เหมือนเวทีอื่น ๆ จึงทำให้เวทีนี้ได้รับความสนใจจากผู้นิยมชมการประกวดเป็นอย่างมาก และในปัจจุบันยังมีเวทีนางงามที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเพศทางเลือกเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันในทุก ๆ เพศ จึงมีการจัดประกวดนางงามเพศทางเลือกในเวทีมิสทิฟฟานี่ ยูนิเวิร์ส (Miss Tiffany's Universe) และ มิสเอซีดีซี (Miss ACDC) โดยทั้งสองเวทีนี้เป็นเวทีที่กลุ่มสาวเพศทางเลือกมีความมุ่งมั่นที่จะเข้ามาประกวด เพื่อแสดงจุดยืนของความเท่าเทียมทางเพศ ทั้งสองเวทีนี้นอกจากจะต้องมีความงามจากรูปลักษณ์ภายนอกแล้ว จะต้องมีปฏิภาณไหวพริบที่ดีในการตอบคำถาม เพื่อให้สังคมมองว่ากลุ่มเพศทางเลือกมีความงามและความฉลาดไม่แพ้เพศหญิงและเพศชาย

การตั้งคำถามและการตอบคำถามของเวทีการประกวดนางงามถือว่าเป็นภาษาประเภทหนึ่งที่เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และจากผู้รับสารไปยังบุคคลอื่น ๆ โดยทางภาษาในการตั้งคำถามและการตอบคำถามจะมีส่วนเกี่ยวเนื่องกับคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด การตอบคำถามจะเป็นแบบตรงประเด็น และการตอบคำถามแบบไม่ตรงประเด็นของคำถาม นอกจากนี้ ในส่วนของการตั้งคำถามและการตอบคำถามจะมีความเกี่ยวเนื่องกับการตั้งคำถามเชิงให้เหตุผล เชิงวิเคราะห์ เชิงเปรียบเทียบ เชิงประเมินค่าและเลือกทางใดทางหนึ่ง เชิงอธิบาย เชิงยกตัวอย่าง เชิงประยุกต์และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการตั้งคำถามและการตอบคำถามจึงมีอิทธิพลและสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นในเวทีประกวดนางงาม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้มี 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงาม 2) เพื่อศึกษาบริบททางสังคมที่ปรากฏในการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงาม และ 3) เพื่อศึกษาสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเมศ ชาแท่น (2560 : ย่อหน้าที่ 5-7) กล่าวถึงระดับของการตั้งคำถามสรุปได้ว่า การตั้งคำถามมี 2 ระดับ คือ 1) ด้านคำถามระดับพื้นฐาน เป็นการถามความรู้ ความจำเป็นคำถามที่ใช้ความคิดทั่วไป หรือความคิดระดับต่ำ ใช้พื้นฐานความรู้เดิมหรือสิ่งที่ประจักษ์ในการตอบ เนื่องจากเป็นคำถามที่ฝึกให้เกิดความคล่องตัวในการตอบ สามารถแบ่งได้ 4 ลักษณะดังนี้ 1.1) คำถามให้สังเกต 1.2) คำถามทบทวนความจำ 1.3) คำถามที่ให้บอกความหมายหรือคำจำกัดความ และ 1.4) คำถามบ่งชี้หรือระบุ และ 2) ด้านคำถามระดับสูง เป็นการถามให้คิดค้น หมายถึงคำตอบที่ผู้เรียนตอบต้องใช้ความคิดซับซ้อน เป็นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และกระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถใช้สมองซีกซ้ายและซีกขวาในการคิดหาคำตอบ โดยอาจใช้ความรู้หรือประสบการณ์เดิมมาเป็นพื้นฐานในการคิดและการตอบคำถาม สามารถแบ่งได้ 8 ลักษณะ ดังนี้ 2.1) คำถามให้อธิบาย 2.2) คำถามให้เปรียบเทียบ 2.3) คำถามให้วิเคราะห์ 2.4) คำถามให้ยกตัวอย่าง 2.5) คำถามให้สรุป 2.6) คำถามเพื่อให้ประเมินและเลือกทางเลือก 2.7) คำถามให้ประยุกต์ และ 2.8) คำถามให้สร้างหรือคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ หรือผลิตผลใหม่ ๆ

ศุภธิดา เทียมสมบูรณ์ (2541 : 15) ได้อธิบายเกี่ยวกับรูปแบบของการตอบคำถามว่าสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังนี้ 1) การไม่สนองคำถาม (Non - Responses) คือ การตอบคำถามแบบนอกเรื่อง คำตอบที่

ได้จะไม่สอดรับกับคำถามของคู่สนทนา โดยผู้ตอบคำถามอาจนิ่งเงียบ ไม่กล่าวถ้อยคำอะไรเลย หรืออาจเปลี่ยนหัวข้อเรื่องที่เป็นคำถาม 2) การสนองคำถามแบบเลี่ยงประเด็น หรือการสนองคำถามแบบไม่ตรงประเด็น (Non - Answer Responses) คือ การตอบคำถามแบบเข้าเรื่องแต่เลี่ยงประเด็นคำถาม ลักษณะการตอบจะสอดรับกับคำถาม แต่มิได้ให้คำตอบอย่างแท้จริง ซึ่งอาจเป็นเพียงการรับรู้เรื่องที่ถามแต่มิได้ให้คำตอบในประเด็นที่ต้องการถาม 3) การสนองคำถามแบบตรงประเด็น (Answer - Response) คือ การตอบแบบเข้าเรื่องและตรงประเด็นคำถาม คำตอบที่ได้จะสอดรับกับคำถามและเป็นการตอบคำถามนั้นโดยตรง จึงเป็นเหมือนการเติมเต็มส่วนที่เป็นความคาดหมายของคำถามให้สมบูรณ์

สุธาสินี สิทธิเกษร (2544 : 30 - 33) ได้กล่าวถึงทฤษฎีวัจนปฏิบัติศาสตร์ไว้ว่า วัจนปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) นับเป็นมิติของการศึกษาภาษาที่ใกล้ชิดชีวิตจริงมากที่สุด เพราะเป็นการศึกษาการใช้ภาษาในบริบทและปรากฏการณ์ทางภาษา ซึ่งเป็นผลจากความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาษากับผู้ใช้ภาษา ความหมายในระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์มิได้อยู่เพียงที่ความหมายประจำรูปภาษา แต่วิเคราะห์ได้โดยอาศัยการตีความของผู้ฟัง

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลแบบเจาะจงผ่านการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต จากเทปบันทึกการถ่ายทอดสดเวทีการประกวดนางงามทั้งหมด 4 เวที ประจำปี 2018 - 2019 ได้แก่ 1) เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ ปี 2018 – 2019 2) เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ปี 2018-2019 3) เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสทิฟฟานี่ ยูนิเวิร์สปี 2018 - 2019 และ 4) เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสเอซีดีซี ปี 2019 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้รวมจำนวนทั้งสิ้น คำถาม 51 คำถาม และคำตอบ 72 คำตอบ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) วิเคราะห์การตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงาม 2) วิเคราะห์บริบททางสังคมที่ปรากฏในการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงาม และ 3) วิเคราะห์สัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม ซึ่งวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อนี้ มีความสัมพันธ์กัน แต่ผู้วิจัยต้องการแยกให้เห็นรายละเอียดอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 3 ข้อดังกล่าว

4.2.2 เรียบเรียบผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

4.3 เสนอผลการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบรายงานการวิจัยและบทความ

5. ผลการวิจัย

5.1 การตั้งคำถามนางงาม การศึกษาการตั้งคำถามนางงามในเวที “มิสยูนิเวิร์ส ไทยแลนด์ (Miss Universe Thailand) มิสแกรนด์ไทยแลนด์ (Miss Grand Thailand) มิสทิฟฟานี่ ยูนิเวิร์ส (Miss Tiffany’s Universe) และมิสเอซีดีซี (Miss ACDC)” ระหว่างปี 2018-2019 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของสุเมศ ชาแท่น (2560 : 5-7) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งปรากฏว่าแต่ละเวทีใช้คำถามระดับสูง สามารถจัดประเภทได้ 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

5.1.1 คำถามประเภทอธิบาย คือ การถามโดยให้นางงามตีความหมาย ขยายความ โดยการให้อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ให้ละเอียด ดังตัวอย่าง

"คำถาม : คุณมีวิธีสร้างพลังในการใช้ชีวิตอย่างไร"

(สัญญา คุณากร: Miss universe Thailand 2018)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดอธิบายวิธีสร้างพลังงานในการใช้ชีวิตว่าผู้เข้าประกวดจะอธิบายการใช้ชีวิตไปในแนวทางใด โดยคำถามนี้จัดเป็นคำถามปลายเปิดที่ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงทัศนคติหรืออธิบายคำตอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้น ไม่ปรากฏบริบทในคำถาม

5.1.2 คำถามให้เปรียบเทียบ คือ การตั้งคำถามให้นางงามสามารถจำแนกความเหมือน และความแตกต่างของข้อมูลได้ ดังตัวอย่าง

"คำถาม : คุณคิดว่าคุณมีอะไรที่แตกต่างจาก ผู้เข้าประกวดในคืนนี้ที่ทำให้คุณสมควรได้สวม "มงกุฎ" มิสทิฟฟานี่ 2019?"

(ภูวนาท คุณผลิน : Miss Tiffany's Universe 2018)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดบอกถึงความแตกต่างของผู้เข้าประกวดเองกับผู้เข้าประกวดท่านอื่นว่าตนนั้นแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร เช่น ตนมีความงามที่แตกต่าง มีความคิดทัศนคติที่แตกต่าง และเหมาะสมกับตำแหน่ง Miss Tiffany's Universe 2019 มากกว่าผู้เข้าประกวดท่านอื่น โดยคำถามนี้เป็นคำถามปลายเปิด ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงทัศนคติหรืออธิบายคำตอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้น ปรากฏอยู่ในบริบททางสังคม ประเภทสิทธิมนุษยชน

5.1.3 คำถามให้วิเคราะห์ คือ การตั้งคำถามให้นางงามวิเคราะห์ แยกแยะ จัดหมวดหมู่ วิจารณ์ แนวคิด หรือบอกความสัมพันธ์และเหตุผลของข้อมูล ดังตัวอย่าง

"คำถาม : แทนที่จะมองว่ามันเป็นจุดอ่อน สิ่งใดในตัวคุณที่คุณควรจะยอมรับและโอบกอด"

(มิสบุหงารายา : Miss ACDC 2019)

จากตัวอย่างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดได้แสดงความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับสิ่งที่เป็นจุดอ่อนในชีวิตของเขา ซึ่งจากคำถามเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดนั้นได้วิเคราะห์ถึงจุดอ่อนในตัวของเขานั้นเป็นสิ่งใด แต่แทนที่จะมองสิ่งนั้นว่าเป็นจุดอ่อนเขามีวิธีคิดอย่างไรและใช้วิธีใดในการกำจัดจุดอ่อนของตัวเอง และให้รู้จักยอมรับในสิ่งที่ตนเองมี โดยคำถามนี้เป็นคำถามปลายเปิด ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงทัศนคติหรืออธิบายคำตอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้น ไม่ปรากฏบริบทในคำถาม

5.1.4 คำถามให้ยกตัวอย่าง คือ การถามให้นางงามใช้ความสามารถในการคิด แล้วนำมายกตัวอย่าง ดังตัวอย่าง

"คำถาม : ในวันที่โลกมักจะพูดถึงความไม่เท่าเทียม คุณคิดว่ามีความเท่าเทียมอะไรบ้างที่มีอยู่แล้ว และดีอยู่แล้วที่คุณประทับใจ"

(ปิยะวัฒน์ เข็มเพชร : Miss Universe Thailand 2019)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดได้ยกตัวอย่างในเรื่องของความเท่าเทียม ซึ่งในปัจจุบันบางเพศนั้นได้มีการปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียมกัน คำถามจงเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดได้ยกตัวอย่างความเท่าเทียมที่ผู้เข้าประกวดคิดว่า ไม่ว่าจะเพศใดก็จะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในสังคม โดยคำถามนี้เป็นคำถามปลายเปิด ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงทัศนคติหรืออธิบายคำตอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้น ปรากฏอยู่ในบริบททางสังคม ประเภทสิทธิความเท่าเทียม

5.1.5 คำถามเพื่อให้ประเมินและเลือกทางเลือก คือ การใช้คำถามที่ให้นางงามเปรียบเทียบหรือใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่หลากหลาย ดังตัวอย่าง

"คำถาม : ถ้าไม่ใช่คุณที่จะเป็น MGT ในคืนนี้ คุณคิดว่าใครใน 4 คน ที่เหลือเหมาะสมกับตำแหน่ง Miss Grand Thailand 2018 เพราะเหตุใด"

(ศรัยฉัตร จีระแพทย์ : Miss Grand Thailand 2018)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดทั้ง 5 คน เลือกคนใดคนหนึ่ง ว่าถ้าหากผู้เข้าประกวดเองไม่ใช่ผู้ชนะในค่ำคืนนี้ ผู้เข้าประกวดนั้นจะเลือกให้ผู้เข้าประกวดคนไหนอีก 4 คน ที่จะเป็นผู้ชนะในค่ำคืนนี้ และผู้เข้าประกวดนั้นจะต้องพูดถึงเหตุผลว่าทำไมเลือกให้ผู้เข้าประกวดคนนั้นชนะไป โดยคำถามนี้เป็นคำถามปลายเปิด ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงทัศนคติหรืออธิบายคำตอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้นไม่ปรากฏบริบทในคำถาม

5.1.6 คำถามให้ประยุกต์ คือ การถามให้นางงามใช้พื้นฐานความรู้เดิมที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่หรือเหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน ดังตัวอย่าง

"คำถาม : ถ้าคุณถูกเจ้านายคุกคามทางเพศในที่ทำงาน คุณจะจัดการอย่างไร?"

(ศศิณัฏฐ์ สอนสุรัตน์ : Miss Tiffany's Universe)

จากตัวอย่างคำถามข้างต้นเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดนั้นใช้ความคิดความประยุกต์ในการตอบคำถาม โดยคำถามนี้เป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดนั้นได้ใช้ความคิดแบบประยุกต์มาตอบในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการถูกคุกคามทางเพศ ซึ่งในปัจจุบันนี้ถือได้ว่ามีผู้คนกลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQ+) เป็นอย่างมากและมักจะถูกคุกคามหรือถูกบูลลี่อยู่เสมอ ซึ่งเนื่องจากเวทีที่ผู้เข้าประกวดได้มาประกวดนั้นเป็นเวทีสำหรับสาวประเภทสอง คำถามจึงเป็นการให้ผู้เข้าแข่งขันกล่าวถึงความรู้สึกของการโดนคุกคามทางเพศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาตามมาในหลาย ๆ ด้าน โดยคำถามนี้เป็นคำถามปลายเปิด ผู้เข้าประกวดสามารถแสดงความรู้ได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งคำถามข้างต้นนั้น ปรากฏอยู่ในบริบททางสังคม ประเภทสิทธิมนุษยชน

5.2 การตอบคำถามนางงาม

ในการศึกษาการตอบคำถามนางงามในเวที "มิสยูนิเวิร์ส ไทยแลนด์ (Miss Universe Thailand) มิสแกรนด์ไทยแลนด์ (Miss Grand Thailand) มิสทิฟฟานี่ ยูนิเวิร์ส (Miss Tiffany's Universe) และ มิสเอซีดีซี (Miss ACDC)" ระหว่างปี 2018 - 2019 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ ศุภธิดา เทียมสมบูรณ์ (2541 : 15) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งปรากฏคำตอบในประเภทต่าง ๆ โดยในแต่ละเวทีสามารถแยกคำตอบได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 การตอบคำถามแบบตรงประเด็น คือ การที่นางงามตอบคำถามตรงประเด็นกับแก่นเรื่องของคำถาม โดยเป็นคำตอบที่ให้ข้อมูลตรงประเด็นกับความต้องการของคณะกรรมการ ดังตัวอย่าง

"คำถาม : จากในหลายกรณีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศมีผู้หญิงจำนวนมาก ถูกสามีทำร้ายร่างกายต่อเนื่องอย่างยาวนาน จนวันหนึ่งเธอได้ฆ่าสามีในการป้องกันตัว และส่วนใหญ่ถูกตัดสินจำคุก คุณมีความเห็นอย่างไรและให้เหตุผลประกอบ"

(ปิยะวัฒน์ เข็มเพชร : Miss universe Thailand 2019)

"คำตอบ : ฉันเชื่อว่า มันเป็นเรื่องที่น่าเศร้า ที่ผู้หญิงก้าวข้ามผ่านความเจ็บปวดและความทรมาน โดยที่เธอไม่สามารถพูดคุยกับใครได้ และไม่มีใครสามารถช่วยเธอได้ในสถานการณ์นั้น ฉันเชื่อว่าเราควรก่อตั้งมูลนิธิเพื่อช่วยผู้หญิงเหล่านี้ เพื่อให้พวกเธอไม่ต้องทรมานอีกต่อไป พวกเขาจะได้ใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการ พวกเขาจะได้มีความสุข เป็นอิสระ และไม่ต้องเจอเหตุการณ์เหล่านั้นอีก"

(ปวีณสุดา ครูอิ้น : Miss universe Thailand 2019)

จากตัวอย่างคำตอบข้างต้นเป็นคำตอบที่ตรงประเด็นเนื่องจากคำตอบของผู้เข้าประกวดนั้นได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของสิทธิในการป้องกันตัวซึ่งตรงกับคำถามที่ถามถึงที่ผู้หญิงป้องกันตัวจากการโดนสามีทำร้าย ผู้เข้าประกวดนั้นได้แสดงความคิดเห็นว่า ควรที่จะหาวิธีที่จะช่วยให้ผู้หญิงที่เจอปัญหาเหล่านี้รอดพ้นจากการถูกทำร้าย เพราะถ้าหากคนเราถูกละเมิดหรือถูกทำร้ายร่างกายอยู่บ่อยครั้ง หลายครั้งที่ปัญหาของความรุนแรงเหล่านี้จะทำให้ต้องมีผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือความสูญเสีย และได้แนะนำให้มีการตั้งมูลนิธิเพื่อช่วยผู้หญิงที่ถูกทำร้ายจากสามี โดยคำตอบข้างต้นนั้น ปรากฏอยู่ในบริบททางสังคม ประเภทสิทธิสตรี

5.2.2 การตอบคำถามแบบไม่ตรงประเด็น คือ การที่นางงามไม่ได้ตอบคำถามที่สนองต่อแก่นเรื่องของคำถาม เพียงแต่ตอบคำถามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแก่นเรื่องของคำถามเท่านั้น ดังตัวอย่าง

"คำถาม : ตามสถิติขององค์การสหประชาชาติ ทุกวันจะมีเด็กสาวประมาณ 33000 คนทั้งโลกถูกบังคับให้แต่งงาน ทั้งที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เพื่อลดภาระเศรษฐกิจครอบครัว คุณคิดเห็นอย่างไรกับปรากฏการณ์ทางสังคมเช่นนี้"

(ปิยะวัฒน์ เข็มเพชร : Miss universe Thailand 2019)

"คำตอบ : คิมคิดว่ามันเป็นข้อกฎบังคับของประเทศเขานะคะ แต่ว่าสิทธิของมนุษย์ คือ เขามีความเชื่อและมันมีสิ่งที่มีคนเคยบอกคิมว่า God will never give us things that we can't handle และฉันคิดว่าพวกเขาสามารถควบคุมและจัดการได้ ไม่ว่าจะเป็นยังไงก็ตามค่ะ"

(คิม โดเชคาโลวา : Miss universe Thailand 2019)

จากตัวอย่างคำตอบข้างต้นเป็นคำตอบประเภทไม่ตรงประเด็น เนื่องจากคำถามให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่เด็กสาวที่ถูกบังคับให้แต่งงาน แต่ผู้เข้าประกวดท่านนี้ได้แสดงทัศนคติและความคิดเห็นที่ไม่ตรงกับคำถาม ซึ่งผู้เข้าประกวดได้ให้คำตอบว่าตนคิดว่าการที่เด็กผู้หญิงถูกบังคับให้แต่งงานทั้งที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เพื่อเป็นการลดปัญหาเรื่องเศรษฐกิจในครอบครัวขึ้นอยู่กับกฎระเบียบของประเทศ และเขาเชื่อว่าพวกเขาจะสามารถควบคุมเหตุการณ์นี้ได้ ซึ่งคำตอบของผู้เข้าประกวดนั้นไม่ตรงประเด็น เนื่องจากไม่มีการแสดงให้ถึงทัศนคติและความคิดของผู้เข้าประกวด และไม่ได้ให้เหตุผลว่าทำไมตนถึงคิดว่าเป็นกฎระเบียบของประเทศ ทั้ง ๆ ที่เรื่องเหล่านี้เป็นปัญหาสังคมในระดับนานาชาติ ซึ่งคำตอบข้างต้นนั้น ปรากฏบริบททางสังคม ประเภทสิทธิมนุษยชน

5.3 สัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม ความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงามถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปฏิภาณไหวพริบ การคิดวิเคราะห์ของนางงามได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงศึกษาสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบของนางงาม โดยใช้แนวคิดของ สุธาสินี สิทธิเกสร (2544 : 30 -33) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

5.3.1 การมีสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร คือตัวแปรต้น (คำถาม) และตัวแปรตาม (คำตอบ) ที่มุ่งให้ผลลัพธ์ที่ออกมานั้น มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกัน ดังตัวอย่าง

"คำถาม : การที่สมัยนี้ยอมรับในการทำศัลยกรรมมากขึ้น คุณคิดว่ามีผลดีและผลเสียอย่างไรบ้าง"

(สัญญา คุณากร : Miss Universe Thailand 2018)

"คำตอบ : "สำหรับนิ้งนะคะ การทำศัลยกรรมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีก็คือทำให้เรามั่นใจขึ้น เพราะว่ารูปลักษณ์ภายนอกเราสวยขึ้นนะคะ แต่ข้อเสีย ถ้าเราไม่ศึกษาความรู้เกี่ยวกับศัลยกรรม มันก็สามารถเป็นอันตรายได้ บางทีถึงชีวิตเลยก็ได้ค่ะ และนิ้งก็ฝากไว้นะคะทุกคนสามารถสวยได้ในแบบฉบับของตัวเองค่ะ"

(โศภิดา กาญจนรินทร์ : Miss universe Thailand 2018)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้เข้าประกวดนั้นได้ให้คำตอบที่สอดคล้องกับคำถามที่ถามว่า "การที่สมัยนี้ยอมรับในการทำศัลยกรรมมากขึ้น คุณคิดว่ามีผลดีและผลเสียอย่างไรบ้าง" เนื่องจากที่สัมพันธ์กันเพราะคำถามที่ผู้เข้าประกวดได้ คือเกี่ยวกับผลดีและผลเสียของศัลยกรรม ผู้เข้าประกวดจึงได้อธิบายในส่วนของข้อดีและข้อเสียของศัลยกรรมได้อย่างครอบคลุม จึงทำให้เห็นว่าคำถามและคำตอบของผู้เข้าประกวดนั้นสัมพันธ์กัน

5.3.2 การขาดสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ คือ ผลลัพธ์ที่แสดงออกมานั้นไม่ตรงจุดประสงค์ที่ตัวแปรต้น(คำถาม)ต้องการ หรือไม่เป็นไปตาตามเป้าหมาย ความสัมพันธ์พันธ์ระหว่างตัวแปรต้น(คำถาม) และตัวแปรตาม(คำตอบ) จะไม่สัมพันธ์กัน หรือขาดความสัมพันธ์กันทันที ดังตัวอย่าง

"คำถาม : ปีนี้มีนักเคลื่อนไหวเยาวชนออกเคลื่อนไหวหลายคน รวมถึงเกรต้า ธันเบิร์ก ที่ออกมาเรียกร้องวิกฤตการณ์สภาวะอากาศ เป็นกระบอกเสียงให้โลก และสิ่งแวดล้อม และเธอได้กล่าวไว้ว่า ผู้ใหญ่ได้ขโมยอนาคตของเด็ก ๆ ไป คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับเรื่องนี้"

(ปิยะวัฒน์ เข็มเพชร : Miss universe Thailand 2019)

"คำตอบ : มิเรียมเพิ่งฟังคำสัมภาษณ์ของน้องเกรต้าเมื่ออาทิตย์ที่แล้ว รู้สึกภูมิใจมาก ๆ เพราะน้องเขาบอกว่า ถ้าเราพูดกับพ่อแม่ ถ้าเขาฟังเราได้ แล้วสามารถที่จะทำให้คนอื่นฟังได้ด้วย และในพระคัมภีร์มันบอกว่า Do not look down on your youth for the age มิเรียมเชื่อว่าเด็กมองสิ่งที่เรามองไม่เห็นค่ะ"

(มิเรียม ศรพรหมมาศ : Miss universe Thailand 2019)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าคำตอบนั้นไม่สอดคล้องกับคำถามที่ว่า "ปีนี้มีนักเคลื่อนไหวเยาวชนออกเคลื่อนไหวหลายคน รวมถึงเกรต้า ธันเบิร์ก ที่ออกมาเรียกร้องวิกฤตการณ์สภาวะอากาศ เป็นกระบอกเสียงให้โลก และสิ่งแวดล้อม และเธอได้กล่าวไว้ว่า ผู้ใหญ่ได้ขโมยอนาคตของเด็ก ๆ ไป คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับเรื่องนี้" เนื่องจากคำถามของผู้เข้าประกวดนั้นถามถึงความคิดเห็นว่าคิดเห็นอย่างไรกับคำที่ว่า "ผู้ใหญ่ได้ขโมยอนาคตของเด็กไป" แต่ผู้เข้าประกวดได้บอกแค่ว่าตนภูมิใจในตัวเกรต้า ธันเบิร์ก แต่ไม่ได้บอกว่าตนคิดเห็นอย่างไรกับคำพูดที่เกรต้า ธันเบิร์ก ได้กล่าวไว้ จึงทำให้เห็นว่าคำตอบที่ผู้เข้าประกวดตอบมานั้นไม่สัมพันธ์กับคำถาม

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาการตั้งคำถามของนางงามทั้งหมด 4 เวที รวมทั้งสิ้น 51 คำถาม พบการตั้งคำถามทั้งหมด 6 วิธีย่อย คือ คำถามเพื่อให้ประเมินและเลือกทางเลือก 18 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 35 สะท้อนให้เห็นว่า การประกวดนางงามในแต่ละเวทีจะมีการวัดระดับความคิด ความรู้ และทัศนคติของผู้เข้าประกวด ในการตั้งคำถามจะมีวิธีที่ใช้ในการตั้งคำถามที่หลากหลาย การตั้งคำถามให้ประเมินและเลือกทางเลือกปรากฏเป็นจำนวนมากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก คำถามที่ใช้ถามนางงามจึงต้องเป็นคำถามที่ให้ผู้เข้าประกวดนั้นได้ประเมินและเลือกทางเลือก รวมถึงนางงามจะต้องรู้จักวิเคราะห์ แยกแยะปัญหา จัดหมวดหมู่ วิจารณ์เรื่องต่าง ๆ และบอกความสัมพันธ์ เหตุและผล เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่จะวัดระดับความคิด ปฏิภาณไหวพริบของผู้เข้าประกวดได้เป็นอย่างดี อีกทั้งนางงามถือว่าเป็นกระบอกเสียงที่สำคัญที่มีส่วนช่วยให้โครงการหรือสิ่งต่าง ๆ ขับเคลื่อนไปได้

คำถามที่ใช้ จึงเป็นการให้ผู้เข้าประกวดคิดและวิเคราะห์ว่า เหตุการณ์นี้ สถานการณ์นี้ ตัวผู้เข้าประกวดคิดเห็นอย่างไร และสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้ได้ นอกจากนี้ยังพบคำถามให้วิเคราะห์พบ 13 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 25 คำถามให้อธิบาย 11 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 22 คำถามให้ประยุกต์ 6 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 12 คำถามให้เปรียบเทียบ 2 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 4 และคำถามให้ยกตัวอย่าง 1 คำถาม คิดเป็นร้อยละ 2 การศึกษาการตอบคำถามของนางงามทั้งหมด 4 เวที รวมทั้งสิ้น 72 คำตอบ พบการตอบคำถามทั้งหมด 2 วิธีย่อย คือ การตอบคำถามแบบตรงประเด็น จำนวน 69 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 96 ซึ่งถือว่าพบการตอบคำถามแบบตรงประเด็นมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าในการประกวดนางงามแต่ละเวที นางงามจะต้องเตรียมตัวเองมาเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ การแต่งกาย และรวมถึงการตอบคำถามที่มุ่งให้แสดงทัศนคติ ภูมิรู้ และผู้เข้าประกวดจะมีการซักซ้อมมาเป็นอย่างดีก่อนที่จะขึ้นเวที การตอบคำถามถือว่าเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าผู้เข้าประกวดท่านนั้นจะเข้ารอบต่อไปหรือจะตกรอบไป ส่วนการตอบคำถามแบบไม่ตรงประเด็นพบจำนวน 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4 การตอบคำถามไม่ตรงประเด็นนั้น สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านนางงามระดับประเทศ คือ เชรี่ ไอศวรรฎา ศิริลักษณ์ แฟนพันธุ์แท้นางงามจักรวาล (2563 : ออนไลน์) ที่กล่าวว่า ในการประกวดแต่ละครั้งถ้าหากผู้เข้าประกวดขาดการซักซ้อม มีความตื่นเต้น ไม่จดจ่ออยู่กับคำถาม จะทำให้คำตอบนั้นไม่ตรงประเด็นกับคำถาม ทำให้ผู้เข้าประกวดนั้นตกรอบไปในที่สุด ทั้งนี้การตอบคำถามนางงามไม่พบการตอบคำถามแบบไม่สนองคำถาม เนื่องจากในการประกวดนางงามทั้ง 4 เวทีจะไม่มีนางงามที่ไม่ตอบคำถามเลย

การศึกษาการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงามยังปรากฏบริบททางสังคมในคำถามและคำตอบรวมทั้งสิ้น 9 บริบท ได้แก่ บริบทสังคมด้านสิทธิมนุษยชน บริบทสังคมด้านสิทธิความเท่าเทียม บริบทสังคมด้านสิทธิเด็กและเยาวชน บริบทสังคมด้านสิทธิสตรี บริบทสังคมด้านสิทธิสื่อสารมวลชน บริบทสังคมด้านสิทธิทางศีลธรรม บริบทสังคมด้านสิทธิทางครอบครัว บริบทสังคมด้านสิทธิทางการศึกษา และบริบทสังคมด้านสิทธิเกี่ยวกับอาชีพ สะท้อนให้เห็นว่าในปัจจุบันเวทีการประกวดนางงามเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่ผู้คนในสังคมได้รับรู้ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม จะเห็นได้ว่าบริบทที่ปรากฏจะเกี่ยวกับข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอดีต

การตั้งคำถามและการตอบคำถาม ความสัมพันธ์ระหว่างคำถามและคำตอบถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับตัวนางงาม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยพบ 2 ประเด็น คือ การมีสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ จำนวน 69 คำตอบ จากทั้งหมด 72 คำตอบ คิดปีนร้อยละ 96 ถือว่าพบมากที่สุด เนื่องจากในการประกวดนางงามนั้นผู้เข้าประกวดมีการเตรียมตัวมาเป็นอย่างดี ในทุก ๆ ด้าน รวมถึงการจับใจความสำคัญระหว่างคำถามกับคำตอบต้องสอดคล้องกัน ไม่ควรตอบนอกเรื่องหรือหลุดประเด็น อาจทำให้นางงามตกรอบไปในที่สุด ส่วนการขาดสัมพันธภาพระหว่างคำถามและคำตอบ จำนวน 3 คำตอบ จากทั้งหมด 72 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4 เนื่องจากผู้เข้าประกวดไม่เข้าใจคำถาม อาจจะมาจากความตื่นเต้น หรือขาดทักษะความรู้ในเรื่องที่ถามมา จึงทำให้นางงามไม่สามารถตอบคำถามให้มีความสัมพันธ์กับคำถามนั้นได้ และทำให้ไม่สามารถครอบครองมงกุฎในค่ำคืนนั้นได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งคำถามและการตอบคำถามนางงาม สามารถนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ ทั้งในส่วนของความเหมือนและความแตกต่าง ตัวอย่างเช่น กลวิธีการตอบคำถามสื่อมวลชนของดารานักแสดงชาย – หญิง : กรณีศึกษารายการทีวีพูลไลฟ์ ของ โสภิษฐา ไชยถาวร (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการตอบคำถามแบบอ้อม การตอบคำถามแบบตรง และการไม่ตอบคำถาม ในประเด็นศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ในประเด็นการตอบคำถาม ส่วนการตั้งคำถามพบว่าไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบความสัมพันธ์ระหว่างคำถามและคำตอบของเวทีการประกวดต่าง ๆ เพื่อให้เห็นทัศนคติ ไหวพริบ ของผู้เข้าประกวดแต่ละบุคคล

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่ ได้แก่ 1) สามารถนำไปให้กองประกวดนางงามเวทีต่าง ๆ ได้รับทราบและทางกองประกวดจะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการตั้งคำถามให้ดียิ่งขึ้น 2) สามารถนำไปใช้ในการประกอบ การเรียนการสอนทางด้านมนุษยศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ฯลฯ และ 3) ผู้ที่จะประกวดนางงามสามารถประยุกต์ความรู้ในครั้งนี้หรือสำหรับเตรียมตัวตอบคำถามนางงามในเวทีต่าง ๆ ให้ชนะใจกรรมการได้

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการประกวดนางงามในรอบการแสดงทัศนคติ

7.2.2 ควรศึกษาการใช้ภาษาในการประกวดนางงามในรอบการคัดเลือกผู้เข้าประกวด

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยนำเสนอผลงาน

9. เอกสารอ้างอิง

เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์. (2018). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=t5pIMpbcaB4&featu re=youtu.

_____. (2019). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก : https://www.youtube.com/watch?v=jA08hVH-3Hw&feature=youtu.

เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสทิฟฟานี่ ยูนิเวิร์ส. (2018). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=LKbE338_DHQ&feature=youtu.

_____. (2019). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=g6nWwkbVeYE&feature=youtu.

เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์. (2018). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=bYEB9xpuwSs&feature=youtu.

_____. (2019). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=kD4gTyoLXMw&feature=youtu.

เทปบันทึกการถ่ายทอดสดการประกวดมิสเอซีดีซี. (2019). ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=h3aDUB5HMQ8&feature=share&fbc.

วิสาขา เทียมลม. (2561). *สวยสั่งได้: ผู้หญิงไทยกับศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี.* ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภธิดา เทียมสมบูรณ์. (2541). *กลไกทางภาษาในการตอบคำถามของนักการเมืองไทยในการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน.* อักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุธาสินี สิทธิเกษร. (2544). *วัจนปฏิบัติศาสตร์กับการตีความวัจนกรรมโดยอนุมานจากมุมมองของผู้ฟัง*. วารสารวรรณวิทัศน์, 1(1), 30 - 39.

สุเมศ ชาแท่น. (2560). *การตั้งปัญหาหรือการตั้งประเด็นคำถาม [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://sites.google.com/site/teacherreybanis1.

ไอศวรรฎา ศิริลักษณ์. (2563). *สัมภาษณ์พี่เชรี่ #แฟนพันธุ์แท้นางงามจักรวาล*. ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563, จาก: https://www.youtube.com/watch?v=ZfAW3DLgBLA.

การศึกษาการตั้งชื่ออาหารจีนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน

THE STUDY OF CHINESE FOOD NAMING RELATED TO CHINESE CULTURE.

นางนาฏกานต์ ดิลท์ส

คณะวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

nattakan.c@phuket.psu.ac.th

บทคัดย่อ

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิต นอกจากบริโภคเพื่อคุณค่าทางโภชนาการแล้ว เมื่อศึกษาให้ลึกลงไป อาหารยังสะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม รวมถึงอัตลักษณ์ของแต่ละชนชาติได้ เมื่อมองในแง่มุมของภาษา ชื่ออาหารจีนประกอบไปด้วยความหมายแฝงทางวัฒนธรรม อาจกล่าวได้ว่าเป็นกระจกสะท้อนวัฒนธรรม การตั้งชื่ออาหารจีนสามารถแสดงบทบาททางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่ออาหารจีนที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมจีน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมรายชื่ออาหารจากเว็บไซต์เป็นจำนวน 2,886 ชื่อ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ตั้งชื่ออาหารจีนแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การตั้งชื่ออาหารแบบตรง และการตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์ การตั้งชื่ออาหารแบบตรงจัดประเภทโดยใช้ตำแหน่งแรกของรูปภาษามีทั้งหมด 8 ประเภท ได้แก่ 1) ชื่อผู้คิดค้นอาหาร 2) ชื่อสถานที่ 3) สีของอาหาร 4) รสชาติของอาหาร 5) ภาชนะใส่อาหาร 6) ชื่อดอกไม้ 7) ชื่อสมุนไพรจีน 8) ชื่อจากตำนานนิทานพื้นเมือง ชื่อตัวละคร การตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์ จัดประเภทโดยใช้ตำแหน่งแรกของรูปภาษามีทั้งหมด 2 ประเภท ได้แก่ 1) การอุปลักษณ์ชื่ออาหารให้มีความเป็นสิริมงคล 2) การอุปลักษณ์จากลักษณะของอาหาร

คำสำคัญ: การตั้งชื่ออาหาร อาหารจีน วัฒนธรรมจีน

ABSTRACT

Food is necessary for our lives, not only for being consumed for nutritional value but the sustenance we consume reflects the traditions, beliefs, values, cultures, and identities of different societies and ways of living. When looking at the language aspect Chinese food names contain cultural connotations. It can be said that it is a mirror of Chinese culture. Naming Chinese cuisine can clearly delineate the culture.

This academic article focuses on how Chinese cuisine names evolved and how they interrelate with Chinese culture. This study of Chinese food naming explores interrelations with Chinese culture by collecting and critically analyzing 2,886 differentiated names of Chinese food from websites. The results of the study found that: the naming of Chinese food is divided into two forms: direct naming and naming through metaphor. Direct food naming can be divided into eight categories as: 1) food inventor, 2) place name, 3) color, 4) taste, 5) container, 6) floral relation, 7) herbal component, and 8) mythological or historical link. Naming the food in

metaphor can be divided into two categories: 1) auspicious and superstitious link, and 2) metaphorical connotation respectively.

Keywords: Food naming, Chinese food, Chinese culture

1. บทนำ

ภาษาและวัฒนธรรมนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง ไม่สามารถแยกสองอย่างนี้ออกจากกันได้ ภาษามิใช่แค่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความคิดของผู้คน วิถีการดำเนินชีวิตจากภาษาได้เป็นอย่างดี การเรียนรู้ของผู้คนนั้นส่วนมากเกิดขึ้นจากประสบการณ์ หรือสิ่งแวดล้อมรอบตัว อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความความจำเป็นต่อทุกสรรพชีวิต ดังนั้นผู้สนใจศึกษาจึงนำภาษาที่เกี่ยวข้องกับอาหารมาใช้อธิบายสิ่งต่าง ๆ หรืออุปลักษณ์สิ่งต่าง ๆ ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน

การตั้งชื่ออาหารจีนมีหลากหลาย และเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนอย่างโดดเด่น อาหารหลักของชาวจีนคืออาหารที่มาจากพืช ธัญพืชและเสริมด้วยเนื้อสัตว์หรืออาหารทะเล กระบวนการปรุงอาหารมีความพิเศษเป็นอย่างมากตั้งแต่สมัยโบราณ ชาวจีนมีเครื่องมือ เครื่องใช้ และกระบวนการผลิตอาหารที่หลากหลาย ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้บริโภคอาหารได้สัมผัสกับรสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการอย่างครบถ้วน การผลิตอาหารของจีนมีประวัติศาสตร์ยาวนาน ดังนั้น ในส่วนภาษาจีนมีการตั้งชื่ออาหารให้มีลักษณะหลากหลายน่าสนใจ การพัฒนาคำที่เกี่ยวข้องกับอาหาร จนตกผลึกภูมิปัญญา การสืบทอด การพัฒนา และความเจริญรุ่งเรืองของวัฒนธรรมจีนมีความสัมพันธ์ระหว่างคำกับวัฒนธรรมจีน และทั้งสองอย่างมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ตัวอักษรจีนเป็นส่วนสำคัญของพัฒนาการทางวัฒนธรรมอาหาร

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจวิธีการตั้งชื่ออาหารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม การศึกษาชื่ออาหารไม่เพียงแสดงให้เห็นถึงกระบวนการการสร้างคำและความหมาย แต่ยังรับรู้ถึงการอุปลักษณ์ชื่ออาหารได้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ที่ความสนใจศึกษาภาษาจีนมีมโนทัศน์ทางด้านชื่ออาหารจีนมากยิ่งขึ้น โดยเนื้อหาของการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะชื่ออาหารคาวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนบางส่วน เพื่อให้ผู้ที่ศึกษาภาษาจีน และผู้ที่สนใจมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมอาหารจีนเพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่ออาหารในภาษาจีน

(2) เพื่อศึกษาชื่ออาหารจีนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน

3. การตั้งชื่ออาหารจีน

ในประเทศจีนในแต่ละพื้นที่มีประเพณีและความนิยมแตกต่างกัน นิสัยการรับประทาน และรสชาติของอาหารของแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้อาหารท้องถิ่นในพื้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาหารทางใต้มีรสชาติหวาน อาหารทางเหนือมีรสชาติเค็ม อาหารทางตะวันออกมีรสชาติเผ็ด และอาหารทางตะวันตกของจีนมีรสชาติเปรี้ยว (สีว์สือเทา, 2553) กล่าวว่า กลุ่มอาหารจีนมีมากเป็นพิเศษ สามารถแบ่งเป็น กลุ่มใหญ่ ๆตามท้องถิ่นที่แตกต่างกันของจีน อาหารซานตง อาหารเจ้อเจียง อาหารกวางตุ้ง อาหารฮกเกี้ยน อาหารเสฉวน อาหารเจียงซู อาหารอานฮุย อาหารหูหนาน ในแต่ละพื้นที่มีอาหารที่ขึ้นชื่อในท้องที่นั้น ๆ เช่น อาหารเสฉวนที่ขึ้นชื่อ คือ

麻婆豆腐 /mapotoufu/ เต้าหู้ผัดซอสเสฉวน 鱼香肉丝/yuxiangrousi/ เนื้อเส้นผัดซอส อาหารฮกเกี้ยนที่ขึ้นชื่อคือ 佛跳墙/fotiaoqiang/ พระกระโดดกำแพง อาหารากวางตุ้งที่ขึ้นชื่อคือ 龙虎斗/longhudou/ เป็นต้น (孙补卿 , 2547) กล่าวว่า การตั้งชื่ออาหารของคนจีนนั้นต้องผ่านการพิจารณาใคร่ครวญการใช้คำศัพท์อย่างพินิจพิเคราะห์ ใช้คำที่สละสลวย ไม่ควรตั้งชื่อโดยใช้คำศัพท์ที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่ใช่เพียงแค่ตั้งชื่อเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความเป็นจริงด้วย จากการศึกษาชื่ออาหารจีน คำศัพท์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในชื่ออาหารสามารถสะท้อนทางวัฒนธรรมอาหาร และวัฒนธรรมจีนได้อย่างชัดเจน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่ออาหารในประเทศไทย อนัตตยา คอมิธิน (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการตั้งชื่ออาหารในภาษาไทยตามแนวทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชาน” จากผลการศึกษาการตั้งชื่ออาหารในภาษาไทยมี 2 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อแบบตรง และกลวิธีการตั้งชื่ออาหารแบบเปรียบเทียบ นอกจากนี้ จิง ลู (2553) ศึกษาเรื่อง “กลวิธีการตั้งชื่ออาหาร และอุปลักษณ์ในภาษาไทยและภาษาจีน” ผลการวิจัยนี้พบว่า กลวิธีการตั้งชื่ออาหารภาษาไทยและภาษาจีนมี 2 รูปแบบคือการตั้งชื่ออาหารแบบตรง และการตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์

จากการศึกษาผลงานวิจัยในการตั้งชื่ออาหาร ยังขาดการวิเคราะห์ชื่ออาหารในด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ที่ศึกษาภาษาจีนหรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร

การศึกษาการตั้งชื่ออาหารจีนที่ใช้การเปรียบเทียบเพื่อสื่อถึงความนึกคิด และการประมวลผลความคิดของคนจีนนั้น ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชาน (Cognitive Semantics) ในการวิเคราะห์และศึกษาความหมายในชื่ออาหาร (Lakoff, 1987) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชานมีสมมติฐานว่า ภาษาสามารถสะท้อนการเรียนรู้ และโลกทัศน์ของมนุษย์ การเข้าใจภาษานั้นสัมพันธ์กับประสบการณ์ต่าง ๆ ของมนุษย์ ประสบการณ์ของมนุษย์ดังกล่าว ได้แก่ ประสบการณ์การรับรู้ทางร่างกาย (bodily experience) ทางประสาทสัมผัสต่าง ๆ (sensory-motors) ทางอารมณ์ความรู้สึก (emotional) และทางสังคม (social) เป็นต้น (จิง ลู, 2553) กล่าวว่า ทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชาน เป็นทฤษฎีที่ศึกษาด้านความหมายโดยอาศัยประสบการณ์การรับรู้ และความเข้าใจของมนุษย์ที่มีต่อภาษาเป็นสำคัญ

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเรียนรู้ภาษาของมนุษย์อาศัยประสบการณ์ต่าง ๆ สิ่งที่คุ้นชินความเข้าใจนำมาเชื่อมโยงความนึกคิดทำให้เกิดความรู้ใหม่ เพื่อช่วยให้มนุษย์มีการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ หรือทำให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา อย่างไรก็ตามการอธิบายทฤษฎีอรรศาสตร์ปริชานเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ภาษาของมนุษย์ หากต้องการเรียนรู้ภาษาจากการสื่อถึงความหมายในสิ่งต่าง ๆ ยังจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ในการเปรียบเทียบเชิงอุปลักษณ์เพื่อให้มีการเรียนรู้ในระดับลึกลงไป (Lakoff and Johnson, 1980) ได้กล่าวถึงการอุปลักษณ์ เป็นรูปภาษาที่สามารถพบในภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่เพียงแต่ในภาษาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงในความคิดและการกระทำ ระบบมโนทัศน์ (conceptual system) ที่ทำให้มนุษย์เราสามารถคิด และทำสิ่งต่าง ๆ มีพื้นฐานมาจากอุปลักษณ์ (ชัชวดี ศรลัมพ์, 2548) กล่าวว่า การศึกษาอุปลักษณ์ตามแนวทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชานจะอธิบายอุปลักษณ์ในด้านภาษาที่สัมพันธ์กับกระบวนการคิด และมโนทัศฯของมนุษย์ ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทางความหมายของอุปลักษณ์ ทำให้เราสามารถเข้าใจความคิดของผู้ใช้ภาษาในสังคมต่าง ๆ ได้

จากแนวคิดข้างต้น การศึกษาชื่ออาหารจีนมีบางส่วนสัมพันธ์กับการอุปลักษณ์ในภาษา เมื่อศึกษาถึงคำศัพท์ที่ปรากฏในชื่ออาหารพบว่า มีการอุปลักษณ์ในสิ่งต่าง ๆ เนื่องจากอาหารรวมทั้งภาษาสามารถสะท้อนวัฒนธรรม ความคิด ของมนุษย์ได้

ในการศึกษาแบ่งการตั้งชื่ออาหารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม โดยเนื้อหาของการศึกษาเป็นการศึกษาฉพาะอาหารคาว ขอบเขตของการศึกษาคือ การรวบรวมรายชื่ออาหารจากเวปไซต์ภาษาจีน ได้แก่ www.meishichaina.com, www.ttmeishi.com, www.xinshipu.com รวมชื่ออาหารคาวทั้งหมด 2,886 ชื่อ ในบทความศึกษาการตั้งชื่ออาหารจีนแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การตั้งชื่ออาหารแบบตรง และการตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์

การตั้งชื่ออาหารแบบตรง

การตั้งชื่ออาหารแบบตรง ใช้ความหมายตรงจากรูปภาษามาตั้งชื่ออาหาร ไม่ได้ตั้งชื่อในเชิงเปรียบเทียบ จัดประเภทโดยใช้ตำแหน่งแรกของรูปภาษา ดังนี้

1) การตั้งชื่อจากชื่อผู้คิดค้นอาหาร

จากการศึกษาการตั้งชื่ออาหารจากชื่อของผู้คิดค้นอาหาร ในบทความจะนำชื่ออาหารมาวิเคราะห์โครงสร้างของคำเรียกชื่ออาหาร โดยการตั้งต้นจากส่วนหลักของคำเรียกชื่ออาหารคือชื่อผู้คิดค้นอาหารเป็นตำแหน่งแรก เช่น

1.1) ชื่อผู้คิดค้นอาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อผู้คิดค้นอาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
东坡肉 /dongporou/	东坡 (ตงโพ)	肉 (เนื้อ)

东坡肉/dongporou/ เนื้อหมูตุ๋นของตงโพ (常敬宇, 2538) กล่าวว่า ผู้ที่คิดค้นเนื้อตงโพนี้ชื่อ 苏东坡 ซูตงโพเป็นชาวเหมยซาน มลฑลเสฉวน จึงตั้งชื่อตามผู้ที่ทำเมนูนี้เป็นคนแรก

1.2) ชื่อผู้คิดค้นอาหาร + ประเภทของอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อผู้คิดค้นอาหาร	ประเภทของอาหาร
白运章包子/baiyunbaozi/	白运章 (ป๋ายหยุนจาง)	包子 (ซาลาเปา)

2) ตั้งชื่ออาหารจากชื่สถานที่

ผู้ที่รับประทานอาหารหรือผู้ที่ศึกษาภาษาจีนสามารถทราบได้ว่าอาหารมาจากพื้นที่ใดในประเทศจีน เนื่องจากชื่อของอาหารสื่อถึงแหล่งที่ผลิตอาหารชนิดนั้น ๆ หรือในแง่มุมหนึ่งคือเมื่อไปพื้นที่หรือเอ่ยถึงสถานที่นั้น สามารถโยงถึงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามรถแบ่งโครงสร้างได้ หลายรูปแบบ เช่น

2.1) ชื่อสถานที่ + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อสถานที่	ส่วนประกอบอาหาร
闽生果 /minshengguo / [1]	闽 (หมิ่นคือคำย่อของมลฑลฝูเจี้ยน)	生果(ถั่วลิสง)

2.2) ชื่อสถานที่ + วิธีการทำอาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อสถานที่	วิธีการทำอาหาร	ส่วนประกอบของอาหาร
1) 北京烤鸭 /beijingkaoya/	北京 (เมืองปักกิ่ง)	烤 (ย่าง)	鸭 (เป็ด)
2) 道口烧鸡 /daokoushaoji/	道口 (เมืองเต้าโข่ว)	烧 (เผา)	鸡 (ไก่)

[1] 闽生果 ชื่ออาหารชนิดนี้ในโครงสร้างมีคำว่า 闽 (หมิ่น) ซึ่งเป็นชื่อย่อของมณฑลฝูเจี้ยน อาหารชนิดนี้ทำจากถั่วลิสงโดยการทอดให้กรอบ เป็นอาหารที่ขึ้นชื่อของมลฑลฝูเจี้ยน

2.3) ชื่อสถานที่ + เครื่องปรุงรส + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อสถานที่	เครื่องปรุงรส	ส่วนประกอบของอาหาร
西湖醋鱼 /xihucuyu/[2]	西湖 (ซีหู)	醋 (น้ำส้มสายชู)	鱼 (ปลา)

3) ตั้งชื่ออาหารจากสีของอาหาร

อาหารจีนนอกจากให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารแล้ว คนจีนยังคำนึงถึงสีสันของอาหาร เพื่อให้อาหารนั้นน่ารับประทาน น่าลิ้มลอง จากการศึกษาตั้งชื่ออาหารจากสีสันของอาหารส่วนใหญ่จะตั้งชื่อตามสีของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารชนิดนั้น ๆ หรือสีสันของอาหารที่ปรุงสุกแล้วมาตั้งชื่ออาหาร วิธีการตั้งชื่ออาหารที่ขึ้นต้นด้วยสีของอาหารสามารถแบ่งโครงสร้างได้ 2 รูปแบบ

3.1) สีของอาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	สีของอาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
1) 翡翠虾仁 /feicuixiaren/	翡翠 (หยกสีเขียว)	虾仁 (กุ้ง)
2) 红白豆腐 /hongbaidoufu/	红白 (แดง + ขาว)	豆腐 (เต้าหู้)

3.2) สีของอาหาร + ประเภทของอาหาร

ชื่ออาหาร	สีของอาหาร	ประเภทของอาหาร
1) 翡翠水饺 /feicuijiaozi/	翡翠 (หยกสีเขียว)	水饺 (เกี๊ยวน้ำ)
2) 金玉羹 /jinyugeng/	金玉 (ทอง + หยก)	羹 (น้ำแกง)

4) ตั้งชื่ออาหารจากรสชาติของอาหาร

อาหารทุกชนิดมีรสชาติ รสชาติเหล่านี้มีความหมายตรงกันตามความรู้สึกที่มนุษย์รับรู้ได้ เป็นเรื่องธรรมดาที่ผู้คนชื่นชอบ และใฝ่หาอาหารที่มีรสชาติอร่อย ถูกปาก อาหารเป็นปัจจัยสำคัญหลักของมนุษย์ แต่รสชาติเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ได้เพลิดเพลินกับอาหาร คนจีนให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารมาช้านาน หัวใจของศิลปะในการปรุงอาหารจีนคือรสชาติ วิธีการตั้งชื่ออาหารที่ขึ้นต้นด้วยรสชาติของอาหารส่วนใหญ่แบ่งโครงสร้าง ดังนี้

4.1) รสชาติ + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	รสชาติ	ส่วนประกอบอาหาร
1) 麻辣豆腐 /maladoufu/	麻辣 (เผ็ดชา)	豆腐 (เต้าหู้)
2) 酸辣土豆丝 /suanlatudousi/	酸辣 (เปรี้ยว เผ็ด)	土豆丝 (มันฝรั่งซอยเป็นเส้น)

4.2) รสชาติ + วิธีการทำอาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	รสชาติ	วิธีการทำอาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
辣炒花蛤 /lachaohuage/	辣 (เผ็ด)	炒 (ผัด)	花蛤 (หอย)

[2] 西湖醋鱼 ปลาซอสเปรี้ยวซีหู ซีหูเป็นทะเลสาปอยู่ในเมืองหางโจว อาหารชนิดนี้มีรสชาติเปรี้ยวหวาน โดยใช้เครื่องปรุงรส คือ 醋 (น้ำส้มสายชู) เป็นส่วนผสม

4.3) ชื่ออาหาร + รสชาติอาหาร + ภาชนะใส่อาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	รสชาติ	ภาชนะใส่อาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
麻辣砂锅鱼 /malashaguoyu/	麻辣 (เผ็ดชา)	砂锅 (หม้อดิน)	鱼 (ปลา)

5) ตั้งชื่ออาหารจากภาชนะบรรจุ

อาหารที่ปรุงเสร็จจะจัดใส่ในภาชนะต่าง ๆ ภาชนะใส่อาหารจึงเป็นสิ่งจำเป็น อาหารจีนบางชนิดใช้ภาชนะใส่อาหารมาประกอบอาหารโดยใช้ความร้อนเพื่อให้อาหารนั้นสุก มีกลิ่นหอมน่ารับประทาน การตั้งชื่ออาหารจากภาชนะบรรจุสามารถแบ่งโครงสร้างหลัก ๆ คือ

5.1) ภาชนะใส่อาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ภาชนะใส่อาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
1) 铁锅羊排 /tieguoyangpai/ 2) 坛子肉[3] /tanzirou/	铁锅 (กระทะเหล็ก) 坛子 (ไห)	羊排 (ซี่โครงแกะ) 肉 (เนื้อ)

5.2) ภาชนะใส่อาหาร + วิธีการทำอาหาร + ส่วนประกอบอาหาร

ชื่ออาหาร	ภาชนะใส่อาหาร	วิธีการทำอาหาร	ส่วนประกอบอาหาร
锅烧牛肉 /guoshaoniurou/	锅 (หม้อ)	烧 (เผา)	牛肉 (เนื้อวัว)

5.3) ภาชนะใส่อาหาร + ประเภทของอาหาร

ชื่ออาหาร	ภาชนะใส่อาหาร	ประเภทของอาหาร
瓦罐汤 /waguantang/	瓦罐 (ถ้วยกระเบื้องเคลือบ)	汤 (ซุป)

6) ตั้งชื่ออาหารจากชื่อดอกไม้

มนุษย์และธรรมชาติเป็นสิ่งที่คู่กันเสมอมา ต้นไม้และดอกไม้ได้รับความนิยมจากผู้คน เช่นเดียวกันกับอาหาร อาหารจีนมีทั้งอาหารที่ทำจากวัตถุดิบจากส่วนประกอบของดอกไม้ และอาหารที่ไม่ได้ใช้วัตถุดิบจากดอกไม้ แต่เมื่ออาหารปรุงสุกแล้วมีสีสันคล้ายกับสีดอกไม้ หรือรูปร่างคล้ายกับดอกไม้ เมื่อได้ยินชื่ออาหารชนิดนั้น ๆ แล้วเกิดความรู้สึกอยากลิ้มรส การตั้งชื่ออาหารจากชื่อดอกไม้สามารถแบ่งโครงสร้างหลัก ๆ คือ

6.1) ชื่อดอกไม้ + ส่วนประกอบของอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อดอกไม้	ส่วนประกอบของอาหาร
1) 桂花豆腐 /guihuadoufu/ 2) 菊花鸡胗 /juhuajizhen/	桂花 (ดอกกุ้ยฮวา) 菊花 (ดอกเก็กฮวย)	豆腐 (เต้าหู้) 鸡胗 (กึ๋นไก่)

6.2) ชื่อดอกไม้ + ส่วนประกอบของอาหาร + ประเภทของอาหาร

ชื่ออาหาร	ชื่อดอกไม้	ส่วนประกอบของอาหาร	ประเภทของอาหาร
桂花莲藕羹 /guihualianougeng/	桂花 (ดอกกุ้ยฮวา)	莲藕 (รากบัว)	羹 (น้ำแกง)

[3] 坛子肉/tanzirou/ มีประวัติเมื่อประมาณหนึ่งร้อยปี พ่อครัวร้านหนึ่งใช้ซี่โครงหมูปรุงรสและเครื่องเทศเสร็จแล้วใส่ไว้ในไหเคี่ยวด้วยไฟอ่อน ในปัจจุบันเมื่อปรุงในหม้อเสร็จแล้วจะเสริฟโดยใส่ไว้ในไหเล็ก ๆ ตามชื่ออาหาร

7) ตั้งชื่ออาหารจากชื่อสมุนไพรจีน

อาหารนอกจากจะรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต อาหารยังสามารถเป็นยา ในประเทศจีนมีการบันทึกสูตรอาหารจีนโบราณที่ประกอบด้วยยาจีนมานานแล้ว (ประยงค์ อนันทวงศ์, 2541) กล่าวว่า คนจีนนอกจากจะรับประทานอาหารเพื่อรสชาติและความเอร็ดอร่อยแล้ว ยังรับประทานอาหารเป็นยาเพื่อป้องกัน และรักษาโรคภัยไข้เจ็บ จากการศึกษาเกี่ยวกับชื่ออาหารจีน ชาวจีนได้นำสมุนไพรจีนหลายชนิดมาประกอบอาหารเพื่อบำรุงร่างกาย ทำให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ และตั้งชื่อตามชื่อสมุนไพรนั้น ๆ สมุนไพรจีนที่นิยมนำมาประกอบอาหาร เช่นโสม เก๋ากี้ ตังกุย เปลือกส้ม เป็นต้น การตั้งชื่ออาหารจากสมุนไพรจีนสามรถแบ่งโครงสร้างหลัก ๆ คือ

7.1) ชื่อสมุนไพรจีน + ส่วนประกอบของอาหาร

ชื่ออาหารจีน	ชื่อสมุนไพรจีน	ส่วนประกอบของอาหาร
陈皮鸭肉 /chenpiyarou/	陈皮 (เปลือกส้ม)	鸭肉 (เนื้อเป็ด)

7.2) ชื่อสมุนไพรจีน + วิธีการทำอาหาร + ส่วนประกอบของอาหาร

ชื่ออาหารจีน	ชื่อสมุนไพรจีน	วิธีการทำอาหาร	ส่วนประกอบของอาหาร
当归炖羊肉 /danghuidunyangrou/	当归 (ตังกุย)	炖 (ตุ๋น)	羊肉 (เนื้อแกะ)

7.3) ชื่อสมุนไพรจีน + วิธีการทำอาหาร + ส่วนประกอบของอาหาร

ชื่ออาหารจีน	ชื่อสมุนไพรจีน	ส่วนประกอบของอาหาร	ประเภทอาหาร
1) 人参鸡汤 /renshenjitang/	人参 (โสม)	鸡 (ไก่)	汤 (ซุป)
2) 枸杞乌鸡汤 /gouqiwujitang/	枸杞 (เก๋ากี้)	乌鸡 (ไก่ดำ)	汤 (ซุป)

8) การตั้งชื่อจากตำนาน นิทานพื้นเมือง ชื่อตัวละคร

ชื่ออาหารจีนที่ตั้งชื่อจากเรื่องเล่าหรือนิทานพื้นเมืองนั้น ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอน เพราะชื่ออาหารมาจากเรื่องราวหรือชื่อเรื่อง แต่จะมีความเป็นมาที่น่าสนใจยกตัวอย่างเช่น

8.1) 过桥米线 /guoqiaomixian/ 过桥 (ข้ามสะพาน) 米线 (เส้นหมี่) เป็นบะหมี่ที่มีชื่อเสียงมากในมณฑลยูนนาน อาหารชนิดนี้มีลักษณะพิเศษคือใช้น้ำซุปไก่ที่มีน้ำมันลอยอยู่ น้ำซุปนี้ดูเหมือนเป็นน้ำซุปธรรมดา แต่จริง ๆ แล้วมีความร้อนสูง เมื่อนำน้ำซุปใส่ลงไปในหม้อดินที่มีบะหมี่และเนื้อต่าง ๆ หั่นบาง ๆ สุกทั่วทั้งหม้อ (常敬宇, 2538) กล่าวว่า ชื่ออาหารชนิดนี้มากจากตำนาน มีสามีภรรยาคู่หนึ่ง สามีต้องอ่านหนังสือเพื่อสอบจองหงวน สถานที่ ๆ เขาไปอ่านหนังสือนั้นอยู่ห่างไกลจากที่พักอาศัย ภรรยาของเขาต้องไปส่งอาหารให้เขาทุกวัน ทางที่เดินไปนั้นจะต้องข้ามสะพาน ภรรยาของเขาอยากให้เขาได้รับประทานอาหารอุ่น ๆ จึงใช้น้ำมันซุปไก่ใส่ในบะหมี่ เพราะน้ำมันสามารถรักษาอุณหภูมิความร้อนไว้ได้ดี จึงเป็นที่มาของชื่ออาหารชนิดนี้

8.2) 桃园三剑客/taoyuansanjianke/ ชื่ออาหารนี้มาจากเรื่องสามก๊ก ซึ่งมีเล่าปี่ กวนอู เตียวหุย โดยใช้วัตถุดิบที่มีสามสีมาประกอบอาหาร คือถั่วฝักยาว มะเขือม่วง มันฝรั่ง โดยทอดมันฝรั่งและมะเขือม่วงให้สุกแล้วเอามาผัดกับถั่วผักยาว ปรุงรสด้วยเกลือ ซีอิ๊วขาว น้ำมันหอย

8.3) 棒打猪八戒 /bangdazhubajie/ 棒打 (กระบองตี) 猪八戒 (ตือโป๊ยก่าย) จากเรื่องไซอิ๋ว เป็นนิยายของประเทศจีน ตือโป๊ยก่าย เป็นลูกศิษย์คนที่สองของพระถังซัมจั๋ง หน้าตาเหมือนหมู อาหาร

ชนิดนี้วัตถุดิบหลักคือหมู และหน่อกระเทียม นำหมูมาหมักกับเกลือและซีอิ๊วขาว นำไปเจียวกับน้ำมันจนสุกแล้ว นำมาผัดกับหน่อกระเทียม หน่อกระเทียมมีลักษณะคล้ายกับกระบอง

การตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์

การตั้งชื่ออาหารแบบอุปลักษณ์เป็นการตั้งชื่ออาหารโดยนำคำศัพท์มาใช้ในการเปรียบเทียบอาหาร ส่วนประกอบของอาหาร หรือรูปลักษณ์ของอาหาร โดยใช้ทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชานมาอธิบายการอุปลักษณ์ สามารถสังเกตได้ว่า ชื่ออาหารสามารถสื่อถึงระบบความคิด รวมถึงภูมิความรู้ วัฒนธรรม ทำให้ผู้ที่ศึกษาชื่ออาหารสามารถเข้าใจภาษาได้เป็นอย่างดี

1) การอุปลักษณ์ชื่ออาหารให้มีความเป็นสิริมงคล

เป็นการตั้งชื่อโดยนำความหมายของคำที่มีความเป็นสิริมงคลมาเปรียบเทียบอาหารหรือส่วนประกอบอาหาร เนื่องจากอาหารที่มีชื่อธรรมดา ผู้รับประทานส่วนใหญ่ไม่รู้สึกว่าอาหารนี้มีความพิเศษอะไร แต่เมื่อตั้งชื่ออาหารโดยใช้ชื่อที่น่าฟัง และมีความหมายที่เป็นสิริมงคลแล้ว ทำให้รู้สึกว่าอาหารนั้นพิเศษ น่าลอง น่ารับประทาน ชาวจีนนิยมใช้เทคนิควาทศิลป์ที่สละสลวยเป็นสำนวน คำหรือตัวอักษรจีนที่แฝงไปด้วยความหมายบางประการ ใช้สื่อถึงความเป็นสิริมงคล ชื่ออาหารเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมอาหารจีนดั้งเดิมในประเทศจีนอย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง การตั้งชื่ออาหารให้เป็นสิริมงคลโดยการเปรียบเทียบจากลักษณะอาหาร หรือชื่ออาหารบางชนิดไม่เหมือนกับรูปลักษณ์ของอาหาร แต่ตั้งชื่อเพื่อให้อาหารนั้นมีความเป็นสิริมงคล ยกตัวอย่างเช่น

1.1) 龙凤丝/longfengsi/ 龙凤 (มังกรและหงส์) 丝 (การหั่นวัตถุดิบเป็นเส้น ๆ) ชาวจีนเปรียบผู้ชายเหมือนมังกร หงส์เปรียบเหมือนผู้หญิง มังกรและหงส์เมื่ออยู่คู่กันเปรียบเหมือนกับสามีภรรยามีความรัก และอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข

1.2) 龙凤配/longfengpei/ 龙凤 (มังกรและหงส์) 配 (คู่กัน) (สีว์สือเทา, 2553) กล่าวว่ามีต้นกำเนิดในช่วงระยะเวลาหนึ่งของยุคสมัยสามก๊ก ทั้งเป็นสิ่งที่แสดงถึงสติปัญญาอันเฉียบแหลมของขงเบ้ง กุนซือแห่งรัฐจ๊กก๊ก มีอาหารจีนหลายชนิดที่ใช้ชื่ออาหารที่ขึ้นต้นด้วย 龙凤/longfeng/ เช่น

ชื่ออาหาร	龙凤 /longfeng/	ประเภทอาหาร, วิธีทำอาหาร, ชนิดอาหาร
1) 龙凤炒饭 /longfengchaofan/ 2) 龙凤汤 /longfengtang/ 3) 龙凤斗饺 /longfengdoujiaozi/	มังกร + นกฟีนิกส์	炒饭 (ข้าวผัด) 汤 (ซุป) 斗 (ต่อสู้) 饺子 (เกี๊ยว)

1.3) 全家福 /quanjiafu/ 全家 (ทั้งครอบครัว) 福 (มีความสุข) อาหารจานสำคัญสำหรับงานแต่งงานของคนจีนไหหลำ โดยเป็นอาหารจากแรกที่เสริฟในงานเลี้ยงฉลอง อาหารจานนี้วัตถุดิบที่ใช้มากกว่าสิบชนิดรวมกันในเมนูเดียว เช่น หัวไชเท้า ข้าวโพดหวาน เห็ด ปลาหมึก กุ้ง ไข่นกกระทา ลูกชิ้น ซี่โครงหมู หน่อไม้ เต้าหู้แข็ง ปรุงรสโดยใส่น้ำมันหอยและเกลือ ลักษณะพิเศษของอาหารชนิดนี้คือ ใช้ส่วนผสมที่หลากหลาย สีสันสดใส รสชาติอร่อย ชื่อของอาหารมาจากวัตถุดิบที่หลากหลายมาปรุงสุกในหม้อเดียวกัน เปรียบเหมือนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข

1.4) 百年好合/bainianhaohe/ เมนูนี้ใช้ 百合 (ไป๋เหอ) เป็นชื่อสมุนไพรชนิดหนึ่ง ไป๋เหอมีลักษณะเป็นกลีบเล็ก ๆ สีขาวซ้อนกันเหมือนรูปดอกไม้ นำมาผัดกับผักชีฝรั่ง เนื่องจากเสียงของวัตถุดิบที่

ใช้เสียงพ้องกับคำว่า 百年 (ร้อยปี) 好合 (อยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข) เปรียบได้กับสามีและภรรยาดีอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข อยู่ด้วยกันยาวนาน จึงเป็นที่มาของชื่ออาหารนี้

1.5) 寿比南山/shoubinanshan/ 寿 (มีอายุยืนนาน) 南山 (ภูเขาหนานซาน) มีชีวิตยืนนานเปรียบเหมือนภูเขาหนานซาน ไข่ตุ๋นเห็ดหอม เป็นเมนูอาหารธรรมดาทั่วไป แต่เมื่อได้ฟังชื่ออาหารทำให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น

2) การอุปลักษณ์จากลักษณะอาหาร

รูปลักษณ์ของอาหารก็เป็นสิ่งสำคัญในการปรุงอาหาร ผู้คนส่วนใหญ่นิยมชมชอบกับรูปร่างลักษณะอาหารที่น่ารับประทานอาหารหรืออาหารที่จัดตกแต่งไว้อย่างสวยงาม จะสังเกตได้ว่า อาหารบางชนิดจะแกะสลักผักต่าง ๆตกแต่งอาหารเพื่อให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น หรือใช้วัตถุดิบของอาหารนั้นทำให้เป็นรูปร่างต่าง ๆ และจัดตกแต่งอย่างประณีตสวยงาม ชาวจีนจึงนำรูปร่างลักษณะอาหารมาตั้งเป็นชื่อของอาหาร เช่น

2.1) 蚂蚁上树/mayishangshu/ 蚂蚁 (มด) 上树 (ขึ้นต้นไม้) มีวัตถุดิบหลัก คือ หมูสับและวุ้นเส้น โดยนำต้นหอม ขิงกระเทียม พริกสด หั่นให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ ซีอิ๊วที่ใส่เม็ดถั่ว ผัดกับหมูสับให้สุกหอมแล้วใส่วุ้นเส้นที่แช่น้ำเอาไว้ ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เมื่ออาหารปรุงสุกมีลักษณะคล้ายกับมดที่กำลังขึ้นต้นไม้ที่มีกิ่งก้านสาขา โดยเปรียบเทียบวัตถุดิบที่ซอยเป็นชิ้นเล็ก ๆ เหมือนกับมด วุ้นเส้นเปรียบเทียบเหมือนต้นไม้ที่มีกิ่งก้านสาขา

2.2) 狮子头 /shizitou/ 狮子 (สิงโต) 头 (หัว) ลักษณะอาหารคล้ายกับหัวสิงโต วัตถุดิบหลักคือหมูสับ นำหมูสับมาปั้นเป็นก้อนใหญ่ ๆ เอามาต้มให้สุก แล้วทำน้ำซอสด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่น ซีอิ๊วขาว น้ำมันหอย น้ำตาล เกลือ เป็นการเปรียบเทียบหมูสับที่ปั้นเป็นก้อนโตคล้ายกับหัวสิงโต

2.3) 蝴蝶鳕鱼 /hudiexueyu/ 蝴蝶 (ผีเสื้อ) 鳕鱼 (ปลาคอด) นำปลาคอดมาหั่นลักษณะคล้ายกับผีเสื้อ นำไปนึ่งให้สุกแล้วราดด้วยน้ำซอสที่มีวัตถุดิบและเครื่องปรุงรสคือ เหล้าจีน ซีอิ๊ว พริกเขียว พริกแดง แครอท ผักชี กระเจี๊ยบเขียว และน้ำมัน

4. สรุป

วัฒนธรรมอาหารของจีนมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ในช่วงหลายศตวรรษที่ผ่านมาเทคนิคการผลิตอาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต แม้แต่ชื่ออาหารจีน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอาหารในแต่ละท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะตน มีความหลากหลาย ด้วยกระบวนการพัฒนาโดยการแลกเปลี่ยนในภูมิภาคต่าง ๆ ทำให้อาหารมีเสน่ห์ และลักษณะเฉพาะตน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมอาหาร จะเห็นว่าการผลิตอาหารจีนมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ภาษาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมโดยตรง จากการอุปลักษณ์ตามแนวคิดอรรถศาสตร์ปริชาน เมื่อนำมาวิเคราะห์ชื่อของอาหาร ภาษาสามารถสื่อถึงสิ่งต่าง ๆ สามารถสะท้อนวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน น่าสนใจ มีชื่ออาหารจีนทำให้ผู้รับประทาน อยากลิ้มรสอาหาร มีชื่ออาหารจีนที่ทำให้ผู้รับประทานเกิดความคิดเชื่อมโยงกับสิ่งต่าง ๆ มีชื่ออาหารจีนที่สื่อถึงศิลปะ และวัฒนธรรมจีนที่ลึกซึ้งหรือมีความหมายที่มีความเป็นสิริมงคล สิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงการพัฒนาและวิวัฒนาการภาษา กล่าวโดยสรุปชื่ออาหารจีนไม่เพียงแต่เป็นชื่อเรียกอาหารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการตกผลึกทางวัฒนธรรม และศิลปะในการใช้ภาษาได้เป็นอย่างดี

5. ข้อเสนอแนะ

จากวัฒนธรรมจีนมีการพัฒนาไม่หยุดนิ่ง ชื่ออาหารจีนก็เช่นกัน มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปตามกาลเวลา การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารจีน ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารจีนอาจมุ่งศึกษาในส่วนอื่น เช่น การประกอบอาหารจีน รสชาติอาหารจีน วัฒนธรรมการบริโภคอาหารจีน วัฒนธรรมอาหารจีนที่มีอิทธิพลในแต่ละประเทศ เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

จิง ลู. (2553). *กลวิธีการตั้งชื่ออาหารและอุปลักษณ์ในภาษาไทยและภาษาจีน.* ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัชวดี ศรลัมพ์. (2548). *อุปลักษณ์ตามแนวคิดของทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน.* วารสารศิลปศาสตร์, 5 (1), 1-16.

ประยงค์ อนันทวงศ์. (2541). *นิยายปลายตะเกียบ.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุรีวิยาสาส์น.

สีว์สือเทา. (2553). *ต้นกำเนิดอาหารจีน.* กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

อนัตตยา คอมิธิน. (2548). *การศึกษาการตั้งชื่ออาหารในภาษาไทยตามแนวทฤษฎีอรรถศาสตร์ปริชาน.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

George Lakoff . (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind.* Chicago and London: The University of Chicago Press.

George Lakoff & Mark Johnson. (1980*). Metaphors we live by.* Chicago and London: The University of Chicago Press.

Meishichina. (2563). *ชื่ออาหารภาษาจีน*[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก: https://www.meishichina.com/

TTmeishi. (2563). *ชื่ออาหารภาษาจีน*[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก: http://www.ttmeishi.com/

Xinshipu. (2563). *ชื่ออาหารภาษาจีน*[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 กันยาย 2563, จาก: https://www.xinshipu.com/caipu/115290/

常敬宇. (2004). *汉语词汇与文化.* 第 4 次印刷. 北京: 北京大学出版社.

孙补卿. (2547). *中国饮食文化的民族学研究.* 博士学位论文 民族学系. 中央 民族大学.

การวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด

AN ANALYSIS OF LANGUAGE USE IN QUOTES IN LINE STICKERS OF THE COVID PERIOD

ปุรินทิพย์ ปุรินทราภิบาล, ชุติมา เสลา,
ซาวาลียะห์ ติโบซู, พรพิรา พรมโอภาษ
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: purintip.16@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บข้อมูลจากแอปพลิเคชันไลน์ ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคมถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 100 คำคม จาก 11 ร้านค้า ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาในสื่อ

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด มี 3 ชนิด ได้แก่ ลักษณะการใช้คำ ลักษณะการใช้ข้อความ และลักษณะการใช้เครื่องหมาย 1) ด้านลักษณะการใช้คำ จำแนกได้ 4 ลักษณะ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1.1) การใช้คำทับศัพท์ 1.2) การใช้คำภาษาปาก 1.3) การใช้คำซ้ำ และ 1.4) การใช้คำภาษาต่างประเทศ 2) ลักษณะการใช้ข้อความ จำแนกได้ 5 ลักษณะ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 2.1) การใช้ข้อความที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก 2.2) การใช้ข้อความที่แสดงเหตุการณ์ สถานการณ์ 2.3) การใช้ข้อความที่แสดงความรัก การมีคู่ 2.4) การใช้ข้อความที่แสดงการอยู่ร่วมกันในสังคม และ 2.5) การใช้ข้อความที่แสดงคุณธรรม การเตือนสติ 3) ด้านลักษณะการใช้เครื่องหมาย จำแนกได้ 4 ลักษณะเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 3.1) การใช้เครื่องหมายไม้ยมก 3.2) การใช้เครื่องหมายอัญประกาศ 3.3) การใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ และ 3.1) การใช้เครื่องหมายปรัศนี ผลจากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า คำคมในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิดเป็นคำคมที่มีลักษณะเด่น แปลกใหม่ และลักษณะการใช้ภาษาก็สอดคล้องกับสถานการณ์ความเป็นไปในปัจจุบัน

คำสำคัญ: คำคม สติ๊กเกอร์ไลน์ ยุคโควิด

ABSTRACT

This research article aimed to analyze language use in quotes in line stickers of the COVID period through qualitative research method. One hundred quotes, collected from line applications of eleven shops, from 20th July, 2020 to 15th August, 2020, were used as data. The data were analyzed basing on ideas regarding techniques in language use in the media.

The findings revealed that language use in quotes in line stickers of the COVID period was divided into three categories; the use of words, the use of texts, and the use of marks. With regard to the use of words, four types of word use, arranged in descending order, were found; transliterated words, spoken words, reduplication, and foreign words. For the use of text, five types of texts, arranged in descending order, were found; texts reflecting emotions and feelings, texts reflecting events and situations, texts reflecting love and partnering, texts reflecting coexistence in society, and texts reflecting morals and quotes. Regarding the use of marks, four types of marks, arranged in descending order, were found; repetition symbol, quotation mark, exclamation mark, and question mark. This study showed that quotes in line stickers of the COVID period were remarkable and innovative. Language use was in line with existing situations.

Keywords: quotes, line stickers, the COVID Period

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการติดต่อสื่อสารที่มีความทันสมัย ทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็ว สะดวกสบาย เพราะมีแอปพลิเคชันที่ใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านข้อความ หรือแชท โดยเฉพาะแอปพลิเคชันไลน์ มีผู้ใช้งานและพฤติกรรมการใช้งาน Chat platform อันดับหนึ่งของไทย (ทีดับเบิ้ลยูเอฟดิจิทัล, 2563) ลักษณะเด่นของไลน์นอกจากการส่งข้อความสนทนา การวิดีโอผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนแล้ว คือ รูปแบบของ “สติ๊กเกอร์” ที่ใช้สื่อความหมายแทนคำพูด ทำให้การสื่อสารมีสีสัน สร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้ใช้ได้เป็น อย่างดี ซึ่งสติ๊กเกอร์ไลน์ (Sticker Line) เป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวการ์ตูน คำคม หรือถ้อยคำ ด้วยภาษาสั้น ๆ อาจมีเสียงและภาพเคลื่อนไหวบนสติ๊กเกอร์ไลน์

ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิดที่ผ่านมา แอปพลิเคชันไลน์ที่เข้าถึงผู้ใช้คนไทยมากถึง 45 ล้านคน (ทรูมูฟเอช, 2563) จึงเป็นช่องทางหลักในการช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกให้ประชาชนในด้านการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ และวิธีการปฏิบัติตัวในช่วงโควิด 19 ซึ่ง LINE Official Account ยังสามารถส่งต่อความห่วงใยในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด ด้วยการส่งสติ๊กเกอร์ตัวการ์ตูน หรือคำคมในช่องทางไลน์ ซึ่งสติ๊กเกอร์ไลน์ที่เป็นคำคมเกี่ยวกับโควิดจะมีรูปแบบการใช้คำ และภาษาเข้ากับสถานการณ์ความเป็นไปในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้เพลิดเพลินและดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด มีลักษณะเฉพาะตัว มีความแปลกใหม่ และเข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ให้หันมาสนใจและใช้คำคมสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด เพื่อส่งต่อความสุขหรือใช้ติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์คำคมในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์

ยุคโควิด และเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบคำคมสติ๊กเกอร์ไลน์ให้มีความโดดเด่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษาและคำคมจากงานวิจัยของ กาญจนา ปราบปัญจะ (2553) ศึกษาเรื่องลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี ผลการศึกษาด้านการใช้คำพบว่า การใช้คำซ้อน คำสแลง คำสร้างใหม่ คำภาษาต่างประเทศ คำให้เกิดจินตภาพ คำที่มีความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝง คำพ้นสมัย คำเชื่อมและคำที่มีการเล่นเสียงเล่นจังหวะ ด้านการใช้สำนวน พบว่า มีการใช้สำนวนเดิม สำนวนดัดแปลง และสำนวนสร้างใหม่ และด้านการใช้ประโยค ด้านการใช้ประโยค พบว่า มีการใช้ประโยคกระชับ ประโยคขนานความ ประโยคขัดความ ประโยคซ้ำคำหรือซ้ำความ และประโยคสรุปความ งานวิจัยของ ปรียานุช สองศร (2558) ศึกษาเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นมีองค์ประกอบโดยรวมเหมือนกันเกือบทุกข้อ คือ พื้นหลัง แบบอักษร สัญลักษณ์ ส่วนที่แตกต่างกันก็คือคำคมคัตโตะจะไม่มีภาพประกอบ และการแสดงช่องทางการติดตามเหมือนกับคำคมบ่นบ่น ด้านการอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทางเดียวกับผู้เขียน แต่ก็ยังคงมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ อายุ เพศ อาชีพ และการอบรมบ่มเพาะของแต่ละบุคคล ด้านบทบาทคำคมพบว่าผู้ส่งสารได้มีความคาดหวังบทบาทในการสื่อสารคำคมตรงกับที่ผู้รับสารนั้นได้รับประโยชน์ ดังนี้ 1) เป็นประสบการณ์ทางอ้อม 2) เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึก 3) ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต 4) ให้กำลังใจ 5) แทนความรู้สึก และ 6) ความบันเทิง งานวิจัยของ วลัยลักษณ์ ชาญชญานนท์ (2541) ศึกษาการใช้ภาษาบนปกนิตยสารรายสัปดาห์ที่ใช้ชื่อร่วมกับหนังสือพิมพ์รายวัน ผลการศึกษาด้านการใช้คำพบว่า คำเรียกชื่อคำภาษาต่างประเทศ คำที่มีความหมายโดยนัย คำภาษาถิ่น คำสแลง และคำหยาบ และงานวิจัยของ ชุติมา สาตร์ร้าย (2556) ศึกษาภาษาข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F ผลการศึกษาด้านกลวิธีการใช้ภาษาพบว่า การใช้คำซ้อน การใช้อักษรย่อ การใช้ฉายา การใช้คำตัด การใช้คำทับศัพท์ การใช้คำสแลง การใช้คำคล้องจอง การใช้สำนวน และการใช้คำจินตภาพ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแอพพลิเคชั่นไลน์ ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคมถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2563 รวมรวมทั้งสิ้น 100 คำคมจาก 11 ร้านค้า

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ข้างต้น และใช้แนวคิดต่าง ๆ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการใช้คำทับศัพท์ของชุติมา สาตร์ร้าย (2556) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้คำภาษาต่างประเทศของวลัยลักษณ์ ชาญชญานนท์ (2541) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้คำภาษาปาก และการใช้เครื่องหมายต่าง ๆ ของราชบัณฑิตยสถาน (2554)

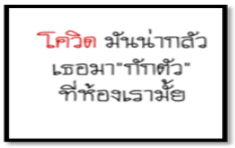
4.3 เสนอผลการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบรายงานและบทความ

5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด พบ 3 ประเด็นใหญ่ คือ 1) ลักษณะการใช้คำ 2) ลักษณะการใช้สำนวน และ 3) ลักษณะการใช้เครื่องหมาย ซึ่งปรากฏผลวิจัยดังนี้

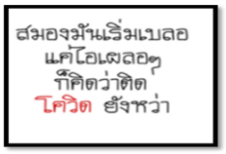
5.1 ลักษณะการใช้คำ ผู้วิจัยพบลักษณะการใช้คำที่ปรากฏ 4 ลักษณะ ดังนี้

(1) การใช้คำทับศัพท์ หมายถึง การถ่ายเสียงที่มาจากรูปคำในภาษาอื่นแล้วนำมาเขียนในรูปแบบของภาษาไทย เพื่อให้ผู้ใช้ภาษาออกเสียงได้ถูกต้องหรือ ใกล้เคียงกับภาษาเดิมที่สุด หรืออาจเป็นชื่อเฉพาะก็ได้ (ชุติมา สาตร์ร้าย, 2556) พบ 72 คำคม เช่น



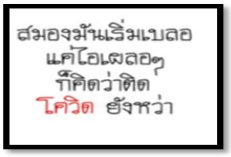
จากตัวอย่างข้างต้น มีการใช้คำทับศัพท์คำว่า โควิด (COVID -19) คือ โรคติดเชื้อจากไวรัสชนิดหนึ่ง เป็นเชื้อในตระกูลโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และแพร่ระบาดไปทั่วโลก ซึ่งคำว่า “โควิด” เป็นคำทับศัพท์ที่ประเทศไทยได้ยืมมาใช้ในสื่อต่าง ๆ จึงทำให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้อ่านให้ติดตาม และความหมายของคำคม คือ โควิดมันน่ากลัว เธอมากักตัวที่ห้องเราไหม เพราะ เป็นช่วงที่โรคโควิดระบาด และรัฐบาลก็สั่งให้ประชาชนทุกคนกักตัวอยู่แต่ในบ้านเพื่อไม่ให้ติดเชื่อโควิด

(2) การใช้คำภาษาปาก หมายถึง ภาษาปากหรือภาษาพูด เป็นภาษาประเภทหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการพูดที่แสดงความคุ้นเคย (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) พบ 53 คำคม เช่น



จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้คำภาษาปาก คำว่า ยังหว่า เป็นคำลงท้ายประโยค มาจากคำว่า ยังน้า ซึ่งใช้กันทั่ว ๆ ไป เป็นการใช้คำที่ง่าย เพื่อให้ดึงดูดผู้อ่าน และความหมายของคำคม คือ เป็นช่วงที่โควิดระบาด ทำให้แค่มีอาการไอนิดหน่อยก็คิดว่าติดโควิดหรือยังนะ

(3) การใช้คำซ้ำ หมายถึง หมายถึง คำที่ออกเสียงซ้ำคำเดิมให้ต่อเนื่องกันโดยใช้เครื่องหมายไม้ยมก (ๆ) เติมหลังคำ คำที่ซ้ำเสียงอาจจะมีความหมายคงเดิมหรือแตกต่างกันไปจากเดิมขึ้นอยู่กับความหมายของคำและบริบทที่ประกอบ (ทรูปลูกปัญญา, 2552) พบ 9 คำคม เช่น



จากตัวอย่างข้างต้น มีการซ้ำคำ โดยเติมเครื่องหมายไม้ยมก (ๆ) หลังคำเพื่อเน้นคำว่า “เผลอ” ซึ่งหมายถึง ก. หลงลืมไปชั่วขณะ เช่น เผลอตัว เผลอสติ, ไม่ระวังตัว (พจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตสถาน, 2554) การใช้คำซ้ำลักษณะนี้เพื่องต้องการเน้นให้เห็นกริยาการของคำว่าเผลอ และความหมายของคำคม คือ สมองมัน

เริ่มเบลอ แค่เผลอไอออกมา ก็คิดว่าติดโควิดหรือยัง เพราะเป็นช่วงที่โควิดระบาด ทำให้แค่มีอาการไอก็กลัวจะติดโควิด แต่บางทีอาจจะไอเพราะเป็นไข้หวัดธรรมดาก็ได้

(4) การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง ไม่มีการถ่ายเสียง หรือถอดอักษรเป็นภาษาไทย เช่น คำว่า poll หมายถึง สำรวจความเห็นโดยการตั้งคำถามถามคนจำนวนมาก ๆ หรือ สำรวจประชามติ เป็นต้น คำเหล่านี้แม้จะมีคำแปลภาษาไทย แต่ผู้เขียนก็ยังคงใช้คำภาษาต่างประเทศในลักษณะที่คงตัวอักษรเดิมไว้ (วลัยลักษณ์ ชาญชยานนท์, 2541) พบ 3 คำคม เช่น

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้คำภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า mask หมายถึง เครื่องกำบัง, ปิดบัง, หน้ากาก (ดิกชันนารีออนไลน์) เป็นต้น การใช้คำภาษาต่างประเทศทำให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้อ่านมากยิ่งขึ้นและความหมายของคำคม คือ พิเศษใส่ไข่ แต่ถ้าใส่ใจจะต้องใส่แมสก์ เพราะเป็นช่วงโควิต้องใส่ใจและความสำคัญในการใส่แมสก์

5.2 ลักษณะการใช้ข้อความ ผู้วิจัยพบลักษณะการใช้ข้อความ 5 ลักษณะ ดังนี้

(1) ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก หมายถึง ภาวะความรู้สึกทางใจที่เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายใน และภายนอก ส่วนความรู้สึกคือการที่เราได้รับรู้และสัมผัสถึงสิ่งต่าง ๆ ที่มากระทบ เช่น มีความสุข ร้องไห้ พบ 40 คำคม เช่น

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ จากคำว่า เหนื่อย ซึ่งบ่งบอกถึงการใช้ข้อความรู้สึก คือ ภาวะที่ร่างกายมีพลังงานน้อยกว่าปกติจนส่งผลให้รู้สึกเหนื่อย โดยอาจเกิดจากการพักผ่อนไม่เพียงพอ ปัญหาทางสุขสภาพจิต ซึ่งแม้อาการเหนื่อยจะเป็นภาวะปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ดังที่ในตัวอย่างได้ใช้คำว่าเหนื่อยเพื่อบ่งบอกถึงความรู้สึกเหนื่อยล้าของพยาบาลที่ต้องทำหน้าที่ดูผู้ป่วยในสถานการณ์โรคโควิด ซึ่งเห็นได้จากสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีภาพประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสื่ออารมณ์ความรู้สึกให้เห็นได้ชัดเจน

(2) ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงเหตุการณ์ สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ที่กำลังเป็นไปหรือเหตุและเรื่องราวที่กำลังเป็นอยู่ พบ 40 คำคม เช่น

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า ไวรัส เป็นการใช้ข้อความที่แสดงถึงสถานการณ์โควิด โดยโควิด คือการติดเชื้อจากไวรัสชนิดหนึ่งซึ่งเป็นเชื้อตระกูลโคโรนา ไวรัสนี้เป็นไวรัสสายพันธ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนและได้แพร่ระบาดไปทั่วโลก ซึ่งไวรัสเป็นเชื้อที่ก่อโรคได้ทั้งในคนและสัตว์ จากตัวอย่างที่ปรากฏว่าไวรัสแค่

สัมผัสก็ติด แสดงให้เห็นว่าไวรัสสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นเราจึงต้องป้องกันการติดเชื้อที่เกิดจากการไอ จาม น้ำมูก และน้ำลายจากคนภายนอก

(3) ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงความรัก การมีคู่ หมายถึง ความรู้สึกของสภาพและเจตคติต่าง ๆ ซึ่งมีตั้งแต่ความชอบระหว่างบุคคลหมายถึงอารมณ์การดึงดูดและความผูกพัน และกล่าวถึงบุคคลสองคนที่ดำรงชีวิตอยู่ด้วยกัน พบ 22 คำคม เช่น

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ จากคำว่า รักนะคะคือคุณ ซึ่งบ่งบอกถึงการใช้ข้อความที่แสดงถึงความรักของคนมีคู่ คือการแสดงความรักด้วยการบอกรักโดยใช้สถานการณ์โควิดในปัจจุบันเป็นสื่อในการเพิ่มความน่าสนใจให้กับคู่รักในการบอกรักผ่านแอปพลิเคชันไลน์ในช่วงที่เวลาต้องอยู่ห่างกัน

(4) ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงการอยู่ร่วมกันในสังคม หมายถึง การที่มนุษย์จะมีชีวิต โดยอยู่ร่วมกันเป็นหมู่เหล่า มีความเกี่ยวข้องกันและกัน และมีความสัมพันธ์กันในหมู่สมาชิก โดยสาเหตุที่มนุษย์มาอยู่ร่วมกันเป็นสังคม เพราะมีความจำเป็นด้านต่าง ๆ พบ 18 คำคม เช่น

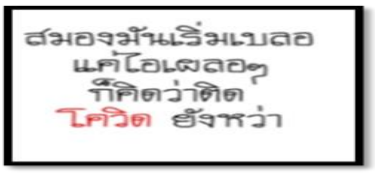
จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ จากคำว่า รัฐบาลบอกให้อยู่ห่างกัน 2 เมตร ซึ่งบ่งบอกถึงการใช้ข้อความที่แสดงการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคม คือรัฐบาลแนะนำว่าเมื่อใดที่ต้องออกนอกบ้านประชาชนจะต้องเว้นระยะห่างทางสังคมโดยอยู่ห่างจากบุคคลอื่นอย่างน้อย 2 เมตรเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ดังนั้นจากสติ๊กเกอร์ไลน์เป็นการบ่งบอกถึงการใช้ชีวิตในสังคมในอย่างไม่ประมาทและปฏิบัติตามกฎของรัฐบาลอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการป้องกันการติดเชื้อไวรัส

(5) ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงคุณธรรม การเตือนสติ หมายถึง จริยธรรมที่นำมาปฏิบัติจนเป็นนิสัย เช่น การเป็นคนซื่อสัตย์ เสียสละ รวมถึงการมีความรับผิดชอบเตือนให้รู้ตัวเตือนให้ได้ พบ 12 คำคม เช่น

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “มองไม่เห็นแต่ต้องป้องกัน” เป็นการใช้ข้อความที่แสดงถึงการเตือนสติ ซึ่งในตัวอย่างเป็นการเปรียบเทียบสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในปัจจุบันว่าเหมือนกับสงครามเย็นที่เราไม่สามารถมองเห็นได้ ไม่สามารถรู้ได้เลยว่าฝ่ายตรงข้ามจะเข้ามาตอนไหน แต่สิ่งที่เราสามารถทำได้ในตอนนี้ก็คือการป้องกัน ในขณะเดียวกันสถานการณ์โควิดก็เช่นเดียวกัน เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าใครเป็นโควิดบ้าง ดังนั้นสิ่งที่เราสามารถทำได้ก็คือการป้องกัน เช่น การใส่แมส การล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์

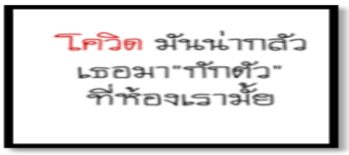
5.3 ลักษณะการใช้เครื่องหมาย ผู้วิจัยพบลักษณะการใช้เครื่องหมาย 4 ลักษณะ ดังนี้

(1) เครื่องหมายไม้ยมก ใช้อ่านซ้ำความหรือซ้ำคำข้างท้าย 2 ครั้ง (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) พบ 9 คำคม เช่น



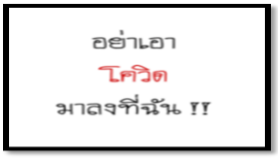
จากตัวอย่างข้างต้น มีการใช้เครื่องหมายไม้ยมก (ๆ) กับคำว่า เผลอ ซึ่งหมายถึง ก. หลงลืมไปชั่วขณะ เช่น เผลอตัว เผลอสติ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) การใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้เพื่อเน้นความหมายของคำนั้น ทำให้คำคมโดดเด่น และสื่อความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น ความหมายของคำคม คือ สมองเริ่มสับสน มึนงง บางครั้งแค่เผลอไอ ก็คิดว่าติดโควิดหรือเปล่า

(2) เครื่องหมายอัญประกาศ ใช้เขียนสกัดข้อความ เพื่อแสดงว่าข้อความนั้นเป็นคำพูด หรือเพื่อเน้นความนั้นให้เด่นชัดขึ้น (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) พบ 2 คำคม เช่น



จากตัวอย่างข้างต้น มีการใช้เครื่องหมายอัญประกาศคู่ (“....”) กับคำว่า “กักตัว” ซึ่งหมายถึง ก. ยึดไว้, ไม่ปล่อยไป (พจน.) การใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้เพื่อต้องการเน้นคำให้มีความโดดเด่น และสะดุดตากับเครื่องหมายที่ต้องการเน้นย้ำคำดังกล่าวในคำคม ความหมายของคำคม คือ โรคโควิดนั้นน่ากลัว จึงอยากจะชวนให้เธอมากักตัวที่ห้อง

(3) เครื่องหมายอัศเจรีย์ ใช้เขียนกำกับไว้หลังคำอุทาน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) พบ 1 คำคม คือ



จากภาพข้างต้น มีการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) กับคำว่า ฉัน !! ซึ่งหมายถึง ส. คำใช้แทนตัวผู้พูดพูดกับผู้ที่เสมอกันหรือผู้ใหญ่พูดกับผู้น้อย, เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1 (พจน.) การใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้เพื่อเน้นอารมณ์ ความรู้สึกของคำว่า ฉัน ทำให้คำคมมีความดึงดูดใจมากขึ้น ความหมายของคำคม คือ อย่าเอาโรคโควิดมาแพร่เชื้อให้ฉัน

(4) เครื่องหมายปรัศนี หรือ เครื่องหมายคำถาม ใช้เขียนเป็นประโยคคำถาม (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2554) พบ 1 คำคม คือ

จากภาพข้างต้น มีการใช้เครื่องหมายปรัศนี (?) กับคำว่า มั้ย ซึ่งหมายถึง ประโยคคำถาม การใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้หลังข้อความ เพื่อแสดงถึงประโยคคำถาม ทำให้คำคมโดดเด่น มีความน่าสนใจ ความหมายของคำคม คือ โรคโควิดนั้นน่ากลัว มากักตัวที่ห้องเรามั้ย ซึ่งเป็นประโยคคำถามที่ต้องการให้ตอบ

6. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด เมื่อนำผลการศึกษามาพิจารณาพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมา ขุนเจริญ (2561) ที่ได้วิเคราะห์การใช้คำในภาษาสติ๊กเกอร์ไลน์ พบว่าลักษณะการใช้ภาษาในสติ๊กเกอร์ไลน์ เป็นภาษาที่มีลักษณะเด่น น่าสนใจโดยลักษณะภาษาจะเป็นภาษาพูดที่ผู้ใช้ภาษาได้พยายามเปลี่ยนแปลงให้ใกล้เคียงกับภาษาเขียนมากที่สุด เพราะทำให้การสนทนามีความสนุกสนานเพลิดเพลินและทำให้คู่สนทนาเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึก ในขณะนั้นได้อย่างชัดเจน และสติ๊กเกอร์ที่ปรากฏการใช้คำ ซึ่งได้แก่ สติ๊กเกอร์ที่สื่อความหมายว่าเป็นการแสดงกิริยา อาการ สติ๊กเกอร์ไลน์ที่สื่อความหมายว่าแสดงอารมณ์ ความรู้สึก สติ๊กเกอร์ไลน์ที่สื่อความหมายว่าแสดงเสียงของกิริยา อาการ สติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีการประดิษฐ์รูปคำใหม่ สติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีการนำคำภาษาอังกฤษเข้ามาปรับใช้ และสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีการนำคำที่มีใช้อยู่แล้วในภาษาไทยมาสื่อความหมายใหม่ ซึ่งสติ๊กเกอร์ที่ปรากฏมากที่สุดจะเป็นสติ๊กเกอร์ที่สื่อความหมายว่าแสดงกิริยา อาการ เนื่องจากคำกิริยาเป็นคำที่สามารถแสดงการกระทำของคู่สนทนาได้ชัดเจนทำให้การสนทนามีความสมจริง เสมือนว่าได้สนทนากันต่อหน้ามากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

6.1 ลักษณะการใช้คำ การวิเคราะห์ในประเด็นลักษณะการใช้คำทับศัพท์ การใช้คำภาษาปาก การใช้คำซ้ำ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ จากการวิจัยพบว่า มีการใช้คำทับศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 72 เนื่องจากเป็นคำคมสติ๊กเกอร์ไลน์ในยุคโควิด ทำให้คำคมในสติ๊กเกอร์ไลน์มักมีคำว่า โควิด ซึ่งเป็นคำทับศัพท์

6.2 ลักษณะการใช้ข้อความ การวิเคราะห์ในประเด็นลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงเหตุการณ์ สถานการณ์ ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงความรัก การมีคู่ ลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงการอยู่ร่วมกันในสังคม และลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงคุณธรรม การเตือนสติ จากการวิจัยพบว่ามีลักษณะการใช้ข้อความที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก และข้อความที่แสดงเหตุการณ์ สถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 40 เนื่องจากสติ๊กเกอร์ไลน์ในยุคโควิดจะแสดงเหตุการณ์ สถานการณ์ความเป็นไปในปัจจุบัน และเป็นสิ่งที่ใช้สื่อสารอารมณ์ของผู้พูด โดยจะบ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแทนการพูด

6.3 ลักษณะการใช้เครื่องหมาย ลักษณะการใช้เครื่องหมาย ประกอบเครื่องหมายไม้ยมก เครื่องหมายอัญประกาศ เครื่องหมายอัศเจรีย์ และเครื่องหมายปรัศนี พบการใช้เครื่องหมายไม้ยมกคิด เป็นร้อยละ 9 เพื่อเน้นความหมายของคำนั้นให้มีความโดดเด่น และสื่อความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด เป็นคำคมที่สื่อความหมายโดยใช้คำทั่วไป สามารถเข้าใจได้ง่าย เพราะการสื่อสารผ่านคำคมสติ๊กเกอร์ไลน์เป็นการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน

เท่านั้น การใช้ภาษาจึงไม่ควรซับซ้อน นอกจากนี้ยังพบการใช้สำนวนที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก และสถานการณ์ต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นไปในปัจจุบันเพื่อให้คำคมมีความทันสมัย รวมไปถึงรูปแบบการเน้นคำให้มีความโดดเด่น สามารถดึงดูดใจผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

จากการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาจากคำคมที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ยุคโควิด ทำให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อโซเชียลมีเดียที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้ภาษา ซึ่งปัจจุบันมีการใช้ภาษาที่ไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักของภาษา เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจกันโดยง่าย เพราะต้องการความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าทันสมัย จึงทำให้ภาษามีความเปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์หรือสถานการณ์ในปัจจุบัน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำงานวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่แก่ผู้ออกแบบหรือจัดทำสติ๊กเกอร์ เพื่อทราบถึงการใช้ภาษาที่แปลกใหม่ที่สามารถสื่ออารมณ์ของคำพูดผ่านตัวสติ๊กเกอร์ไลน์ ซึ่งเป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและนิยมใช้กันในหมู่วัยรุ่น สามารถสร้างดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่นไลน์ต่อไป

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาลักษณะคำคมที่เกี่ยวกับโควิดในเพจเฟซบุ๊กต่าง ๆ

(2) ควรศึกษาลักษณะคำคมสติ๊กเกอร์ไลน์ในหมวดอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ ผู้วิจัยได้มานำเสนอผลงาน

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ปราบปัญจะ. (2553) *การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี*. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชุติมา สาตร์ร้าย. (2556). *ภาษาข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F*. ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดิกชันนารี. *Mask [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก: https://dictionary.sanook.com/search/dict-en-th-sedthabut/mask.

ทีดับเบิ้ลยูเอฟดิจิทัล. (2563). *สถิติผู้ใช้ของ LINE ประเทศไทยในปี 2020 [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก: https://www.twfdigital.com/blog/2020/04/line-user-stat-in-thailand-2020/.

ทรูปลูกปัญญา. (2552). *คำซ้ำ [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก: http://www.trueplookpanya.com/learning/detail/1734-00.

ทรูมูฟเอช. (2563). *ภาครัฐไทยปรับสู่ New Normal เลือกใช้ LINE ฝ่าวิกฤตโควิด-19 [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2563, จาก: https://www.techmoveon.com/th/articles/.

ปัทมา ขุนเจริญ. (2562). การใช้คำในภาษาสติ๊กเกอร์ไลน์. *หนังสือประมวลบทความการประชุมวิชาการระดับชาติทางด้านภาษาไทยและวัฒนธรรมศึกษา ระดับปริญญาตรี ครั้งที่ 1 ประจำปี 2561,* วันที่ 26 พฤษภาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 119-130.

ปรียานุช สองศร. (2558). *บทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

วลัยลักษณ์ ชาญชญานนท์. (2541). *ศึกษาการใช้ภาษาบนปกนิตยสารรายสัปดาห์ที่ใช้ชื่อร่วมกับหนังสือพิมพ์รายวัน*. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบันฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ.

การวิเคราะห์การเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย

AN ANALYSIS OF SOUND CHANGE OF KHMER LOANWORDS IN THAI LANGUAGE

วัฒนชัย หมั่นยิ่ง

รองศาสตราจารย์ นาวาโท ดร., ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

E-mail: mim40424042@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคำยืมและลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ซึ่งพบกว่า 400 คำ โดยเฉพาะในหมวดอักษร ก. พบทั้งสิ้นจำนวน 82 คำ โดยนำมาจำแนกลักษณะของการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรที่เข้ามาในภาษาไทย ผลการวิจัยพบลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยใน 4 ประเภท คือ คำพยางค์เดียว, คำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย, คำสองพยางค์ในภาษาเขมรกลายเป็นคำพยางค์เดียวในภาษาไทย และคำสองพยางค์ ทั้งนี้พบว่ามีลักษณะการเปลี่ยนเสียงที่แตกต่างกันออกไป

คำสำคัญ: คำยืม, ภาษาเขมร, การเปลี่ยนเสียง

ABSTRACT

This research aims to study the Sound change Khmer loanwords in Thai language that appear in the Royal Institute dictionary B.E. 2554. The loanwords from Khmer was found than 400 words. Especially section letter K. (ก) found the total 82 words. This the analysis of the Sound changing in Khmer loanwords into Thai language. The results were characterized by Sound change Khmer loanwords in Thai language in four categories, Single syllable words. The Single syllable words in Khmer language become disyllabic words in Thai language. The disyllabic words in Khmer language become Single syllable words in Thai language. And disyllabic words. There are many different sound styles. And Sound change of the consonants, vowels and consonants spell. In the part of the ways of sound change is cutting, adding and sound changes.

Keywords: Loan words, Khmer language, Sound change

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

หลักฐานที่เก่าแก่ที่สุดอันแสดงให้เห็นถึงการมีอยู่ของภาษาไทยในแถบสุวรรณภูมิ คือ ศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง พุทธศักราช 1835[1] ชี้ให้เห็นว่าภาษาไทยมีการใช้ในภูมิภาคนี้ไม่ต่ำกว่า 700 ปี นอกจากจารึกด้วยภาษาไทยแล้วยังมีคำภาษาอื่นอีกจำนวนมากเข้ามาปนอยู่ในจารึก หนึ่งในนั้น คือ ภาษาเขมร เช่น บำเรอ, โอย, มาส ฯลฯ ดังนั้นศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง พุทธศักราช 1835 นี้ จึงเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงการยืมคำภาษาเขมรเข้ามาใช้ในภาษาไทยตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยคำยืมจากภาษาเขมรที่พบนี้มีการปรับเสียงให้เข้ากับเสียงภาษาไทย (วันทนีย์ ม่วงบุญ, 2532: 7) จากการตั้งข้อสังเกตของผู้วิจัย ในศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง พุทธศักราช 1835 พบว่าคำภาษาเขมรใช้โดยปกติทั่วไป เช่น ชื่อช้างใช้ภาษาเขมรประสมกับคำไทย เช่น มาส[2] เมือง, บ่อน้ำ เรียกว่า ตระพัง น้ำโคก เป็นต้น

ในปัจจุบันพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ปรากฏคำยืมจากภาษาเขมรกว่า 400 คำ และนอกจากนี้ยังมีคำศัพท์ที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานไม่ได้ระบุว่าเป็นคำยืมภาษาเขมรแต่ปรากฏใช้อยู่ในภาษาเขมรอีกเป็นจำนวนมากทั้งนี้ลักษณะคำศัพท์ภาษาเขมรที่ถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยปัจจุบันบางคำถูกปรับเปลี่ยนทั้งรูป เสียง และความหมายเพื่อให้สะดวกในการนำมาใช้ร่วมกับภาษาไทยดังที่ อุไรศรี วรศะริน ได้กล่าวว่า เนื่องจากภาษาไทยกับภาษาเขมรมีความแตกต่างเรื่องระบบเสียง หน่วยเสียงภาษาเขมรที่ไม่มีในภาษาไทยจะถูกดัดแปลงให้ใกล้เคียงกับหน่วยเสียงที่มีอยู่ในภาษาไทยมากที่สุด ด้วยเหตุนี้จึงอาจมีผลให้รูปคำยืมบางคำเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย (2553: 55-86, อ้างถึงใน จตุพร โคตรกนก, 2557: 51)

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคำยืมในด้านจำนวนคำและวิเคราะห์การเปลี่ยนเสียงของคำยืมภาษาเขมรที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการออกเสียงระหว่างเจ้าของภาษากับผู้ยืมภาษาว่ามีความแตกต่างหรือมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงของเสียงคำไปจากเดิมอย่างไร

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาจำนวนคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554

(2) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

3. ข้อตกลงเบื้องต้น

(1) ในการวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์เฉพาะเสียงพยัญชนะต้น สระ และพยัญชนะสะกดเท่านั้น ส่วนเสียงวรรณยุกต์และความหมายจะไม่นำมาประกอบการวิเคราะห์ เนื่องจากในภาษาเขมรไม่มีเสียงวรรณยุกต์

---

[1] คณะกรรมการพิจารณาและจัดพิมพ์เอกสารทางประวัติศาสตร์, สำนักนายกรัฐมนตรี, ประชุมศิลาจารึก ภาคที่ 1 (กรุงเทพ: โรงพิมพ์สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2521) เรียกศิลาจารึกหลักนี้ว่า “จารึกหลักที่ 1”; สำนักหอสมุดแห่งชาติกำหนด บัญชี/ทะเบียนวัตถุ ที่ สท. 1; หนังสือ ประชุมศิลาจารึก ภาคที่ 1 กำหนดเป็น “หลักที่ 1 ศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย

[2] ยอร์ช เซเดส์ : “มาส” = ทอง (เป็นคำเขมร) (ฐานข้อมูลจารึกในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิริธร (องค์การมหาชน))

(2) คำศัพท์ที่นำมาวิเคราะห์จะใช้คำศัพท์ในหมวด ก. ที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ระบุที่มาว่า ข. (เขมร) เท่านั้น เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาหมวดอักษรอื่น ๆ ต่อไป

4. วิธีดำเนินการวิจัย

(1) ขอบเขตการวิจัย ในการศึกษาคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาคำศัพท์ในหมวด ก. ที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ระบุที่มาว่า ข. (เขมร) โดยจะศึกษาในด้านของจำนวนคำศัพท์ที่พบและลักษณะการเปลี่ยนเสียงโดยเปรียบเทียบกับพจนานุกรมภาษาเขมร ฉบับพุทธสาสนบัณฑิตย์ พ.ศ. 2512

(2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีนาวทางในการศึกษาข้อมูลดังนี้

- ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล
- ศึกษาคำศัพท์ในหมวด ก. ที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ระบุที่มาว่า ข. (เขมร) เพื่อรวบรวมคำศัพท์และศึกษาด้านจำนวนคำศัพท์ที่พบ
- นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ลักษณะการเปลี่ยนเสียง โดยการศึกษาจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนพยางค์เป็นหลัก แล้วจึงศึกษาลักษณะการเปลี่ยนเสียง พยัญชนะต้น สระ และพยัญชนะท้าย เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในด้านของคำศัพท์เป็นหลัก
- อภิปรายผลการศึกษา โดยประมวลผลจากจำนวนคำศัพท์ที่พบ และลักษณะการเปลี่ยนแปลง
- เสนอแนะข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์และแนวทางในการศึกษาต่อไป

4. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย หมวด ก. จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 พบคำยืมจากภาษาเขมรทั้งสิ้น 82 คำ โดยนำมาเปรียบเทียบเสียงกับพจนานุกรมเขมรฉบับพุทธสาสนบัณฑิตย์ พ.ศ. 2512 สามารถแบ่งลักษณะการเปลี่ยนเสียงจากภาษาเขมรเข้ามาเป็นคำยืมในภาษาไทยได้ดังนี้

1. คำพยางค์เดียว คือ คำที่มีเสียงพยางค์เดียวในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วยังคงออกเสียงพยางค์เดียวเช่นเดิม ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 3 ลักษณะ ดังนี้

1.1 ไม่เปลี่ยนแปลง คือ คำที่ออกเสียงตรงกันทั้งภาษาไทยและภาษาเขมร ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงคำพยางค์เดียวที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเสียง

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน
ក្រុម	/krom/	กรม 2	/krom/

1.2 เปลี่ยนแปลง 1 อย่าง คือ คำที่มีการเปลี่ยนแปลงเสียงพยัญชนะต้น สระ หรือพยัญชนะสะกดอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งจากการศึกษาพบการเปลี่ยนแปลง 1 อย่าง 3 ลักษณะ คือ การกลายเสียงพยัญชนะต้น การกลายเสียงสระ และการกลายเสียงพยัญชนะสะกด ดังนี้

1.2.1 การกลายเสียงพยัญชนะต้น

ตารางที่ 2 แสดงการกลายเสียงพยัญชนะต้นในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	ลักษณะการกลาย
កង ๔	/kɑːŋ/	กรอง 3	/krɑːŋ/	k- > kr-

1.2.2 การกลายเสียงสระ

ตารางที่ 3 แสดงการกลายเสียงสระในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	ลักษณะการกลาย
កូន	/koun/	กูน	/kuːn/	-ou- > -u-

1.2.3 การกลายเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 4 แสดงการกลายเสียงพยัญชนะสะกดในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	ลักษณะการกลาย
កាល់	/kal/	กัน 4	/kan/	-l > -n

1.3 เปลี่ยนแปลง 2 อย่าง คือ คำที่มีการเปลี่ยนแปลงเสียงพยัญชนะต้น สระ หรือพยัญชนะสะกด สองอย่างร่วมกัน ซึ่งจากการศึกษาพบการเปลี่ยนแปลง 2 อย่าง 3 ลักษณะ คือ การกลายเสียงพยัญชนะต้นและเสียงสระ การกลายเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะสะกด และการกลายเสียงสระและพยัญชนะสะกด ดังนี้

1.3.1 การกลายเสียงพยัญชนะต้นและสระ

ตารางที่ 5 แสดงการกลายเสียงพยัญชนะต้นและสระในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	สระ
ទ្រុង	/truŋ/	กรง	/kroŋ/	tr- > kr-	-u- > -o-

1.3.2 การกลายเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 6 แสดงการกลายเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะสะกดในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	พยัญชนะสะกด
ច្រួច	/cruəc/	กรวด 3	/kruə̀t/	cr- > kr-	-c > -t

1.3.3 การกลายเสียงสระและพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 7 แสดงการกลายเสียงสระและพยัญชนะสะกดในคำพยางค์เดียว

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	สระ	พยัญชนะสะกด
ក្លស់	/klɑh/	กลด 1	/klot/	-ɑ- > -o-	-h > -t

2. คำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย คือ คำที่มีเสียงพยางค์เดียวในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วกลายเป็นคำสองพยางค์ ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 7 ลักษณะ ดังนี้

2.1 เพิ่มเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ พยัญชนะตัวสะกดหน้าคำ และการกลายเสียงสระ

ตารางที่ 8 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	เสียงสระ
ដួង	/douŋ/	กระดวง	/kraq-duəŋ/	d- > kraqd-	-ou- > -uə-

2.2 แทรกเสียงสระ และพยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ

ตารางที่ 9 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 2

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น
ក្តៅ	/kdaw/	กำเดา	/kam-daw/	kd- > kamd-

2.3 แทรกเสียงสระ พยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ และการกลายเสียงสระ

ตารางที่ 10 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 3

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	เสียงสระ
ក្មេង	/kmeiŋ/	กันเมียง	/kan-miəŋ/	km- > kanm-	ei > iə

2.4 แทรกเสียงสระ พยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ และเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 11 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 4

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	พยัญชนะสะกด
ខ្មរ	/kcɑː/	กำจร	/kam-cɑːn/	kc- > kamc-	- > -n

2.5 แทรกเสียงพยัญชนะต้นควบ เสียงสระ พยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ

ตารางที่ 12 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 5

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น
ខ្ចក	/kcɑːk/	กระจอก 3	/kraq-cɑ̀ːk/	kc- > kraqc-

2.6 แทรกเสียงพยัญชนะต้นควบ เสียงสระ และพยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ และกลายเสียงสระ

ตารางที่ 13 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 6

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	สระ
ក្តោង	/kdaoŋ/	กระโดง 1	/kraq-doːŋ/	kd- > kraqd-	-ao- > -oː-

2.7 แทรกเสียงพยัญชนะต้นควบ เสียงสระ พยัญชนะตัวสะกดระหว่างพยัญชนะต้นควบ เพิ่มเสียง ^{h} กับพยัญชนะควบ และกลายเสียงสระ

ตารางที่ 14 แสดงการเปลี่ยนแปลงของคำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 7

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยัญชนะต้น	สระ
ខ្ទម	/ktɔːm/	กระท่อม 1	/kraq-t^{h}ɑ̂ːm/	kt- > kraqt^{h}-	-ɔː- > -ɑː-

3. คำสองพยางค์ในภาษาเขมรกลายเป็นคำพยางค์เดียวในภาษาไทย คือ คำที่มีเสียงสองพยางค์ในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วกลายเป็นคำพยางค์พยางค์เดียว ดังนี้

3.1 ตัดเสียงพยางค์ 2 ออก

ตารางที่ 15 แสดงคำสองพยางค์ในภาษาเขมรกลายเป็นคำพยางค์เดียวในภาษาไทย

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្រឡ	/krɑ-lɑː/	กร้อ	/krɑ̂ː/	krɑ	-

4. คำสองพยางค์ คือ คำที่มีเสียงสองพยางค์ในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วยังคงออกเสียงสองพยางค์เช่นเดิม ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 3 ลักษณะ ดังนี้

4.1 ไม่เปลี่ยนแปลง คือ คำที่ออกเสียงตรงกันทั้งภาษาไทยและภาษาเขมร ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 16 แสดงคำสองพยางค์ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเสียง

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน
កำភ្លើង	/kam-plə:ŋ/[3]	กำเพลิง	/kam-p^{h}lə:ŋ/

4.2 เปลี่ยนพยางค์เดียว คือ คำที่มีเสียงสองพยางค์ในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงเสียงพยางค์ใดพยางค์หนึ่งเพียงพยางค์เดียว ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 2 ลักษณะ ดังนี้

4.2.1 การกลายเสียงพยางค์ 1 คือ คำภาษาเขมรที่ถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้ว เกิดการเปลี่ยนแปลงของเสียงในพยางค์แรกเท่านั้น ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 4 ลักษณะ ดังนี้

ก. พยางค์ 1 กลายเสียงสระ

ตารางที่ 17 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงสระเฉพาะพยางค์ที่ 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
กន្ត្រ	/kɑn-tray/	กรรไตร	/kan-tray/	-ɑ- > -a-	-

[3] หมายเหตุในภาษาเขมรพยัญชนะต้นควบมักมีเสียง ^{h} มาเชื่อม คำว่า ភ្លើង จึงออกเสียง /p^{h}lə:ŋ/ เช่นเดียวกับภาษาไทย

ข. พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะต้น และเสียงสระ

ตารางที่ 18 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงพยัญชนะต้น และเสียงสระเฉพาะพยางค์ที่ 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
គគីរ	/kɔ-kiː/	กระกี้	/kra-kîː/	kɔ > kra	-

ค. พยางค์ 1 กลายเสียงสระและเพิ่มเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 19 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงสระและเพิ่มเสียงพยัญชนะสะกดเฉพาะพยางค์ที่ 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្រសួង	/krɑ-suəŋ/	กระทรวง 2	/kraq̀-suəŋ/	-ɑ- > -aq	-

ง. พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และเพิ่มพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 20 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และเพิ่มพยัญชนะสะกดเฉพาะพยางค์ที่ 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្របក	/trɑ-bɑːk/	กระบอก 3	/kraq-bɑːk/	trɑ > kraq	-

4.2.2 การกลายเสียงพยางค์ 2 คือ คำภาษาเขมรที่ถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงของเสียงในพยางค์ที่สองเท่านั้น ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 1 ลักษณะ ดังนี้

ก. พยางค์ 2 กลายเสียงสระ

ตารางที่ 20 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงสระเฉพาะพยางค์ที่ 2

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កំបិត	/kam-bət/	กำบิด	/kam-bit/	-	-ə- > -i-

4.3 เปลี่ยนทั้งสองพยางค์ คือ คำที่มีเสียงสองพยางค์ในภาษาเขมรที่เมื่อถูกยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงเสียงพยางค์ทั้งพยางที่ 1 และพยางค์ที่ 2 ลักษณะเช่นนี้พบทั้งหมด 15 ลักษณะ ดังนี้

4.3.1 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น

ตารางที่ 21 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 1

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កំแพง	/kɑm-pɛːŋ/	กำแพง	/kam-pʰɛːŋ/	-ɑ- > -a-	p- > pʰ-

4.3.2 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงสระ

ตารางที่ 22 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 2

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កន្លង	/kɑn-lɑŋ/	กันลง 1	/kan-loŋ/	-ɑ- > -a-	-ɑ- > -o-

4.3.3 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 23 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 3

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កណ្តាល	/kɑn-daːl/	กันดาล	/kan-daːn/	-ɑ- > -a-	-l > -n

4.3.4 พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงสระ

ตารางที่ 24 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 4

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កាំបិត	/kam-bət/	กรรบิด	/kan-bìt/	-m > -n	-ə- > -i-

4.3.5 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น และเสียงสระ

ตารางที่ 25 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 5

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កំពង់	/kɑm-puŏŋ/	กำพง	/kam-pʰoŋ/	-ɑ- > -a-	puŏ- > pʰo-

4.3.6 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น และเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 26 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 6

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កំពូล	/kɑm-puːl/	กำพู 1	/kam-pʰuː/	-ɑ- > -a-	p-l > pʰ-

4.3.7 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงสระ และพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 27 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 7

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កង្វល់	/kɑŋ-wɑl/	กังวล	/kaŋ-won/	-ɑ- > -a-	-ɑl > -on

4.3.8 พยางค์ 1 กลายเสียงสระ, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 28 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 8

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កំธร	/kɑm-tɔː/	กำธร	/kam-tʰɑːn/	-ɑ- > -a-	tɔː- > tʰɑːn

4.3.9 พยางค์ 1 กลายเสียงสระและเสียงพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงสระ

ตารางที่ 29 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 9

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្រឡេក	/krɑ-leek/	กระเหลียก	/kraq-liək/	-ɑ- > -aq	-ee- > -iə-

4.3.10 พยางค์ 1 กลายเสียงสระและเสียงพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 30 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 10

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
កញ្ឈស ១	/kɑñ-chuːh/	กระฉูด	/kraq-cʰuˋːt/	-ɑñ > -raq	-h > -t

4.3.11 พยางค์ 1 กลายเสียงสระและพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงสระและพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 31 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 11

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្របី	/krɑ-bəy/	กระบือ	/kraq-bɨː/	-ɑ- > -aq	-əy > -ɨː-

4.3.12 พยางค์ 1 กลายเสียงสระและพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 32 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 12

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្រពះ	/krɑ-peə̆h/	กระเพาะ	/kraq-pʰɑ̂/	-ɑ- > -aq	peə̆h > pʰɑ

4.3.13 พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น และเสียงสระ

ตารางที่ 33 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 13

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្រពាំង	/trɑ-peə̆ŋ/	กระพัง 1	/kraq-pʰaŋ/	trɑ- > kraq	peə̆- > pʰa-

4.3.14 พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงสระ และพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 34 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 14

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
ក្ដោរ	/kɑn-thao/	กระโถน	/kraq-tʰŏːn/	-ɑn > -raq	-ao- > -oːn

4.3.15 พยางค์ 1 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด, พยางค์ 2 กลายเสียงพยัญชนะต้น เสียงสระ และพยัญชนะสะกด

ตารางที่ 35 แสดงคำสองพยางค์ที่กลายเสียงทั้งสองพยางค์ 15

เขมร	เสียงอ่าน	ไทย	เสียงอ่าน	พยางค์ 1	พยางค์ 2
រទេះ	/rɔ-teh/	กระแทะ	/kraq-tʰɛ́/	rɔ- > kraq	teh > tʰɛ-

5. ไม่พบคำศัพท์ในพจนานุกรมภาษาเขมร คือ คำศัพท์ที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ระบุที่มาของคำว่าเป็นคำยืมจากภาษาเขมร แต่ในพจนานุกรมเขมรฉบับพุทธสาสนบัณฑิตไม่ปรากฏคำดังกล่าว ซึ่งในหมวดอักษร ก. พบ 3 คำ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงคำศัพท์ที่ไม่พบในพจนานุกรมเขมร

คำศัพท์	เสียงอ่าน	ความหมาย
กรรฐ์	/kan/	น. คอ (เทียบ ข. กรฺฐ ว่า คอ). (เลือนมาจาก กัณฐ์).
กรรฐา	/kan-tʰa̰ː/	น. คอ (เทียบ ข. กรฺฐ ว่า คอ). (เลือนมาจาก กัณฐ์).
กลิ่นอาย	/klɨ̀n-qaːy/	น. กลิ่น. (ข. อาย ว่า กลิ่น).

หมายเหตุ คำว่ากรรฐ์และกรรฐาที่หมายถึงคอนี้พบในภาษาบาลีคำว่า กัณฐ-, กัณฐา ซึ่งหมายถึง คอ เช่นกัน

5. อภิปรายผล

จากการศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย หมวด ก. พบคำยืมภาษาเขมร จำนวน 82 คำ โดยแบ่งเป็นคำที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเสียง 6 คำ คำที่ไม่พบที่มาในภาษาเขมร 3 คำ และคำที่มีการเปลี่ยนแปลงเสียง 73 คำ ซึ่งคำที่มีการเปลี่ยนแปลงเสียงมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงเสียงสามารถจัดเป็น 4 ประเภทตามลักษณะของคำ ดังนี้ 1. คำพยางค์เดียว 2. คำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 3. คำสองพยางค์ในภาษาเขมรกลายเป็นคำพยางค์เดียวในภาษาไทย และ 4. คำสองพยางค์

จากลักษณะดังกล่าวข้างต้นสามารถจำแนกลักษณะการเปลี่ยนแปลงเสียงคำยืมได้เป็น 4 ลักษณะ คือ 1) การกลายเสียง เป็นการเปลี่ยนแปลงเสียงจากเสียงเดิมในภาษาเขมรเป็นอีกเสียงหนึ่งในภาษาไทยโดยขึ้นอยู่กับฐานกรณ์และตำแหน่งในการออกเสียง โดยจากการศึกษาพบการกลายเสียง 3 ชนิด คือ การกลายเสียงพยัญชนะต้น การกลายเสียงสระ และการกลายเสียงพยัญชนะสะกด 2) การเพิ่มเสียง เป็นการเพิ่มเสียงที่ไม่มีอยู่แต่เดิมในคำภาษาเขมร พบ 1 ลักษณะ คือ การเพิ่มเสียงพยางค์ (พยัญชนะต้น สระ และตัวสะกด) จึงทำให้คำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย 3) การแทรกเสียง เป็นการแทรกเสียงเข้าไประหว่างคำเดิมในภาษาเขมรทำให้เกิดลักษณะเสียงที่แตกต่างไปจากเดิม โดยการแทรกเสียง พบ 2 ลักษณะ คือ การแทรกเสียงสระและตัวสะกด และการแทรกเสียงพยัญชนะ สระ และตัวสะกด โดยมักเกิดขึ้นกับคำควบกล้ำในภาษาเขมร (ลักษณะเช่นเดียวกับการสร้างคำแผลง) ทำให้คำพยางค์เดียวในภาษาเขมรกลายเป็นคำสองพยางค์ในภาษาไทย และ 4) การลบเสียง เป็นการลบเสียงพยางค์ในคำสองพยางค์ในภาษาเขมร โดยจากการศึกษาพบการลบเสียงพยางค์แรก ทำให้คำสองพยางค์ในภาษาเขมรกลายเป็นคำพยางค์เดียวในภาษาไทย

จากการศึกษาแสดงให้เห็นถึงลักษณะการปรับเปลี่ยนเสียงของคำศัพท์ภาษาเขมรในภาษาไทยซึ่งเป็นการปรับเสียงให้เข้ากับภาษาไทย โดยลักษณะดังกล่าวนี้เกิดจากการที่ภาษาเขมรและภาษาไทยเป็นภาษาคนละตระกูลเมื่อเกิดการยืมคำศัพท์จึงจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้านหน่วยเสียง ดังที่ อุไรศรี วรศะริน (2553: 57) กล่าวถึงการเปลี่ยนทางเสียงที่มีผลต่อการยืมคำภาษาเขมรในภาษาไทยว่า หน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบและหน่วยเสียงพยัญชนะสะกดของภาษาเขมรมีมากกว่าภาษาไทย เมื่อมีการยืมคำศัพท์จึงทำให้ต้องปรับหน่วยเสียงดังกล่าว ทั้งนี้ลักษณะการปรับเปลี่ยนหน่วยเสียงคำยืมภาษาเขมรนั้นยังแสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นของภาษาตระกูลไท คือ การสร้างคำแบบคำประสมโดยการเติมหน่วยคำลงไป ทำให้ออกเสียงคำยืมดังกล่าวตามสำเนียงของภาษาไทย

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทยได้

(2) สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาต่างประเทศในภาษาไทยได้

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาลักษณะการลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย ในหมวดอักษรอื่น ๆ เพิ่มเติม

(2) ควรศึกษาลักษณะการลักษณะการเปลี่ยนเสียงคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย จากแหล่งที่มาอื่น ๆ เช่น ภาษาถิ่น

7. เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. คณะอนุกรรมการพิจารณาจารึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย ในคณะกรรมการชำระประวัติศาสตร์ไทย. (2548). *ประชุมจารึก ภาคที่ 8 จารึกสุโขทัย.* กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

กาญจนา นาคสกุล. (2556). *ระบบเสียงภาษาไทย.* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จตุพร โคตรกนก. (2557). "การแปลงรูปคำยืมภาษาเขมรในวรรณกรรมเรื่องสมุทรโฆษคำฉันท์." *เอกสารประกอบการบรรยายโครงการ "วิชาการตะวันออก" ประจำปี 2557 เรื่อง "นานาภาษาในจารึกและเอกสารโบราณไทย" เนื่องในโอกาสเกษียณอายุราชการ 66 ปี ของรองศาสตราจารย์กรรณิการ์ วิมลเกษม.*

_____. (2557). *"การศึกษารูปคำศัพท์และความหมายของคำยืมภาษาเขมรในสมุทรโฆษคำฉันท์."* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาเขมร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐานข้อมูลจารึกในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิริธร (องค์การมหาชน), *จารึกพ่อขุนรามคำแหง ด้านที่ 1*, [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2563, จาก http://www.sac.or.th/databases/inscriptions/inscribe_image_detail.php?id=48

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอง 5 ธันวาคม 2554.* กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

วันทนีย์ ม่วงบุญ. (2532). *"คำยืมในจารึกสุโขทัย."* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจารึกภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัลยา ช้างขวัญยืน และคณะ. (2553). *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 2 : คำ การสร้างคำ และการยืมคำ.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ

ศานติ ภักดีคำ. (2549). *พจนานุกรมคำยืมภาษาเขมรในภาษาไทย.* กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สมทรง บุรุษพัฒน์. (2560). *ภาษาศาสตร์เชิงประวัติ.* พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: สถาบันวิจัยทางภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล.

อรวรรณ บุญยฤทธิ์ และคณะ. (2545). *ประชุมอรรถบทเขมร รวมบทความวิชาการของศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. อุไรศรี วรศะริน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อุบล เทศทอง. (2542). คำยืมภาษาเขมรจากลิลิตตะเลงพ่าย. *ภาษา-จารึก เนื่องในวาระครบ 5 รอบ และเกษียณอายุราชการ ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรศรี วรศะริน*, ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อุไรศรี วรศะริน. (2542). *พจนานุกรมศัพท์จารึกนครวัดสมัยหลังพระนคร*. กรุงเทพฯ: จงเจริญการพิมพ์.

_____. (2553). *ร่องรอยภาษาเขมรในภาษาไทย*. แปลโดย อรวรรณ บุญยฤทธิ์ และคณะ. นครปฐม: เมตตาก๊อปปี้ปริ้น.

Lyle Campbell. (1998). *Historical linguistics : an introduction*. Edinburgh University: United States of America.

ពុទ្ធសាសនបណ្ឌិត្យ.(២៥១២). *វចនានុក្រមខ្មែរ*. បោះពុម្ពគ្រាទី ៥. ភ្នំពេញ: រោងពុម្ពកម្ពុជា.

ศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์

A STUDY ON LANGUAGE USE AND PRESENTATION OF CONTENT IN EPIGRAMS IN TAKE ME OUT THAILAND TV PROGRAMME

สัณห์สิรี บุญฤทธิ์, กัญชลิกา จินา,
เกรวรรณ บุญแนบ, มูฮามัตรุสดาน เกษธิมา
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: sansiree.boonrithi@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทปบันทึกรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ระหว่างวันที่ 3 มีนาคม 2561 ถึง 22 กันยายน 2561 รวมทั้งสิ้น 28 ตอน และพบคำคมทั้งสิ้น จำนวน 50 คำคม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ด้านการใช้ภาษาของคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์มี 7 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำคล้องจอง การใช้คำทับศัพท์ การใช้คำซ้อน การใช้คำตัด การใช้คำผวน การใช้คำสแลง และการใช้คำที่มีความหมายแฝง ส่วนด้านการนำเสนอเนื้อหา พบทั้งสิ้น 4 ประเภท ได้แก่ การนำเสนอเนื้อด้านความรัก การนำเสนอเนื้อหาด้านบุคลิกภาพ การนำเสนอเนื้อหาด้านอาชีพ และการนำเสนอเนื้อหาด้านครอบครัว ผลจากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์มีลักษณะโดดเด่น แปลกใหม่ และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

คำสำคัญ : การใช้ภาษา การนำเสนอเนื้อหา คำคม รายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์

ABSTRACT

This research article aimed to investigate language use and presentation of in epigrams in Take Me Out Thailand TV programme. A qualitative research method was employed for this study. Fifty quotes, collected from twenty-eight episodes of the programme televised during 3rd March, 2020 and 22nd September, 2020, were used as data. The data were analyzed basing on ideas regarding the language use and presentation of content. The results of the study show that, seven techniques are employed in epigrams in Take Me Out Thailand TV

programme in language use including the use of rhyming words, the use of transliterated words, the use of reduplications, the use of shortened words, the use of spoonerism words, the use of slang words, and the use of connotation words. With regard to the presentation of content, four categories are found; love concept, personality concept, career concept, and family concept. This study show that language use and presentation of in epigrams in Take Me Out Thailand TV programme are remarkable, innovative, and very interesting.

Keywords: Language use, Presentation of Content, Epigrams, Take Me Out Thailand TV programme

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

รายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์เป็นรายการเกมโชว์ประเภทหนึ่ง เริ่มเข้ามาสู่ผู้ชมในเมืองไทยเป็นประเทศที่ 17 ของโลก ใช้ชื่อรายการว่า “เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ถูกชะตาท้าหัวใจ” ซึ่งผู้จัดได้วิจัยตลาดเพื่อสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย และนำมาปรับเปลี่ยนเนื้อหาของรายการบางส่วน เพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทย บริษัทผู้จัดสร้างคือทีวีธันเดอร์ผลิตร่วมกับทีมโปรดักชั่นระดับโลก เพื่อให้รูปแบบรายการและการผลิตรายการเทียบเท่ากับที่ออกอากาศในต่างประเทศ โดยจะออกอากาศทางช่อง 3 ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00 น. รายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์เป็นรายการโทรทัศน์สำหรับคนทั่วไป โดยเฉพาะวัยหนุ่มสาวที่ยังโสด นอกจากนี้แล้วยังเป็นรายการที่เปิดโอกาสให้ชายหญิงได้มีโอกาสมาพบปะ สร้างมิตรภาพ และพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนะคติซึ่งกันและกัน

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า รายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์นั้นเป็นรายการหนึ่งที่ปรากฏกระบวนการการใช้ภาษาที่หลากหลาย และได้รับความสนใจจากผู้ชมจำนวนมาก เนื่องจากลักษณะภาษาที่ปรากฏนั้น เป็นการใช้ภาษาที่มีความทันสมัย แปลกใหม่เหมาะกับสังคมปัจจุบัน นั่นก็คือ การใช้คำคมมาเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารแทนการพูดตรง ๆ การใช้คำคมจึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้การดำเนินรายการเป็นไปด้วยความสนุกสนาน สร้างรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ ความประทับใจแก่ผู้ชมจำนวนไม่น้อย

คำคม เป็นกระบวนการหนึ่งของการใช้ภาษา ที่มีความหลากหลายทางภาษา มีการใช้ถ้อยคำที่หลักแหลมชวนให้คิด หรือข้อความที่มีความหมายอยู่ในตัวด้วยการกล่าวซ้ำ แสดงถึงการใช้ความคิด ความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างชัดเจน การใช้คำคมหรือ epigrams เป็นกลวิธีการนำเสนอทางภาษาที่น่าสนใจวิธีหนึ่งในการกล่าวถ้อยคำ คำคมเป็นรูปแบบของการใช้ภาษาชนิดหนึ่งซึ่งใช้คำน้อยแต่มีความหมายมาก เมื่อผู้ส่งสารต้องการสื่อถึงวัตถุประสงค์ให้เกิดผลบางอย่างแก่ผู้รับสาร ไม่ว่าจะแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น ให้ข้อคิดเตือนสติให้กำลังใจ ปลอบประโลม ฯลฯ นอกจากนั้นยังเป็นภาษาที่มีความหมายแฝงอยู่ อาจเป็นทำนองขันหรือมีข้อคิดแทรกซึ่งมักจะเขียนขึ้นเพื่อโน้มน้าวใจ หรือเตือนให้จดจำเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหรืองดเว้น คำคมจึงเป็นถ้อยคำหลักแหลมชวนให้คิด (บุญยงค์ เกศเทศ, 2548 : 111)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาที่ถ่ายทอดออกมาได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางด้านการเรียนการสอนและการทำวิจัยครั้งต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาการใช้ภาษาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์

(2) เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภาวรรณ อยู่เย็น (2550 : 53) กล่าวว่า การใช้คำคมมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปใช้อ้างอิงให้คำพูดมีน้ำหนักขึ้น คำคมจึงเป็น ถ้อยคำที่คมคายใช้แทนคำพูดธรรมดาๆ สามัญ และเป็นข้อความที่ผู้พูดพูดสำหรับใช้เกี่ยวกับเรื่อง นั้น ๆ

ปรียานุช สองศร (2558 : 48) กล่าวว่า คำคมนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินชีวิต เก็บสั่งสมประสบการณ์มาเรื่อย ๆ จนตกผลึกออกมาเป็นคำคมที่คนส่วนใหญ่ให้การยอมรับ และสามารถนำไปขบคิดประยุกต์ใช้กับชีวิต ณ ขณะนั้นได้ จริง ๆ

ปรีชา ทิชินพงศ์ (2523 : 85-89) ได้กล่าวถึงเรื่องความหมายและประเภทของคำซ้อน สรุปได้ดังนี้ คำซ้อน คือ คำประสมชนิดหนึ่งที่เกิดจากการนำเอาคำเต็มสองคำ ซึ่งต่างเสียง แต่มีความหมายเหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน มาซ้อนเข้าคู่กัน ทั้งนี้เพื่อช่วยไขความ หรือขยายความในคำอีกคำหนึ่งให้ชัดขึ้นและคำที่นำมาซ้อนกันนั้น นอกจากจะมีความหมายที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันแล้ว มักจะมีเสียงที่ใกล้เคียงกันหรือไปด้วยกันได้ เพื่อทำให้ออกเสียงง่ายและสะดวก

นววรรณ พันธุเมธา (2533 : 160) กล่าวว่า คำผวน คือ คำสับเสียงสระและพยัญชนะท้ายโดยเจตนา หากไม่เจตนาจะเป็นคำสับเสียง

กำชัย ทองหล่อ (2537:132) ได้กล่าวว่า การตัดคำ คือ การตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าคำเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นลงและเข้าใจวิธีการตัดคำนี้ เกิดจากกวีผู้ร้อยกรองบทประพันธ์เมื่อคำใดมีพยางค์มากเกินไปจะนำเข้าบรรจุในบทประพันธ์ก็ยาวเยิ่นเกินกว่าลักษณะบังคับที่วางไว้ในกฎจึงหาวิธีลดพยางค์ของคำให้เหลือน้อยพอที่จะบรรจุลงได้

สุกัญญา ฉัตรเสถียรพงศ์ (2533 : 6) ได้กล่าวว่า ทับศัพท์ คือคำภาษาต่างประเทศที่ยืมมาใช้ในภาษาไทยโดยตรง โดยไม่มีการดัดแปลง หรือดัดแปลงไปบ้างเพื่อให้เหมาะกับระบบภาษาไทย หรือให้ออกเสียงได้ง่ายขึ้น เช่นคำว่า คิว ฟรีเซอร์ไพรส์ เป็นต้น

สุนันท์ อัญชลีนุกูล (2543 : 116) ให้เงื่อนไขสำคัญอันทำให้นิยามของศัพท์สแลงชัดเจนและเข้ากับสถานการณ์วัฒนธรรมในการใช้ภาษาสมัยใหม่ นั่นคือ ศัพท์สแลงต้องเป็น “ภาษาปาก ที่ใช้มากในหมู่วัยรุ่น” ด้วย

ธำรงสิทธิ์ พจนานุภาพ (2558 : 58) กล่าวว่า สัมผัสสระ หมายถึง คำคล้องจองแห่งคำประพันธ์ที่มีสระและมาตราสะกดเสียงเดียวกัน

ความหมายที่ชักนำความคิดให้เกี่ยวโยงไปถึงสิ่งอื่น เพราะความคิดของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ จะไม่เหมือนกัน ทั้งนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึก วัฒนธรรม ประเพณี หรือความเคยชิน เช่น เลข “13” อาจจะเป็นเพียงตัวเลขจำนวนหนึ่งของบางคนแต่อาจจะมีความหมายโดยนัยสำหรับบางคน หรือคำว่า “ปาก” ซึ่งได้ให้ความหมายโดยตรงไว้แล้ว แต่เนื่องจากเราใช้ปากไปใช้ในความหมายต่าง ๆ กันออกไปเช่น “ปากมาก” “ปากเบา” และ “ปากแข็ง” เป็นต้น

เปลื้อง ณ นคร (2514 : 79)ได้กล่าวเกี่ยวกับ ความหมายของประโยคขัดความไว้ว่าการขัดความ การตั้งประโยคให้ เนื้อความขัดกัน จะทำให้ความมีรส และ ชวนฟังยิ่งขึ้น

การนำคำเดิม หรือความเดิมมากล่าวซ้ำ เพื่อให้ชวนฟัง และเป็นการเน้นความให้มีน้ำหนัก

เปลื้อง ณ นคร ได้กล่าวเกี่ยวกับประโยคซ้ำความไว้ว่า "การซ้ำความในบางประโยค บางข้อความ ถ้าเราต้องการ เน้น จะใช้คำซ้ำซ้อนกันสองคำก็ได้ เช่น "ข้าพเจ้าไม่ยอม ไม่ยอมเป็นอันขาด"

กาญจนา ต้นโพธิ์ (2556) ศึกษาเรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาในงานประพันธ์ของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในงานประพันธ์ของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) ผลการศึกษาพบว่าพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) มีกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอสารธรรมที่น่าสนใจหลายประการ คือ การซ้ำเพื่อสื่อความหมาย การซ่อนคำเพื่อสื่อความหมาย การเล่นคำสัมผัสคล้องจอง กลวิธีการขนานความ และกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งผู้แต่งได้นำกลวิธีการใช้ภาษาเหล่านี้มาใช้ในงานประพันธ์เพื่อสื่อความหมายของเนื้อหาสาระสู่ผู้อ่านให้เข้าใจชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งกลวิธีการใช้ภาษาของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) ยังมีความงดงามทางวรรณศิลป์ที่เด่นชัดอีกด้วย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขั้นรวบรวมและศึกษาข้อมูล

4.1.1 สำรวจ และศึกษาการใช้ภาษาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่วันที่ 3 มีนาคม 2561 ถึงวันที่ 22 กันยายน 2561 รวมจำนวนทั้งสิ้น 50 คำคม ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการศึกษา

4.1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นความรู้พื้นฐานและใช้เป็นแนวทางในการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็น คือ การใช้คำและการนำเสนอเนื้อหา

4.2 ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้แต่ต้น

4.3 ขั้นสรุปผล อภิปรายผล โดยใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์

4.4 ขั้นเสนอผลการศึกษา ผู้วิจัยจัดทำเป็นรายงานและเผยแพร่ผลการวิจัย

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

5.1 การใช้คำ มี 7 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำซ้อน การใช้คำผวน การใช้คำตัด การใช้คำทับศัพท์ การใช้คำสแลง การใช้คำคล้องจอง และการใช้คำที่มีความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 การใช้คำซ้อน พบจำนวน 6 คำ คือ คำว่า จริงจัง ดูแล คุ้นเคย มั่นคง เจ็บปวด หน้าตา ดังตัวอย่าง

<u>ตัวอย่างที่ 1</u>

"หน้าตาอาจจะดูไม่**จริงจัง** แต่อยากบอกดัง ๆ ว่าจริงใจนะคะ"

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 2)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏคำว่า "จริงจัง" พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า จริงจัง หมายถึง แน่แท้ เช่น เชื่อถืออย่างจริงจัง, ไม่เป็นการเล่น เช่น ทำงานอย่างจริงจัง

ตัวอย่างที่ 2

"ผมอยากจะบอกว่าถ้าคุณมองไปทางอื่นจะดูดี แต่ถ้ามองมาทางนี้ ผมจะ**ดูแล**คุณให้ดีที่สุดครับ"

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 7)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏคำว่า "ดูแล" เป็นคำซ้อนเพื่อความหมาย พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า ดูแล หมายถึง เอาใจใส่ให้เป็นไปด้วยดี

5.1.2 การใช้คำผวน พบจำนวน 3 คำ คือคำว่า มดในอนาเคีย เทาจะได้ชอบเรอ ลาวยืนยัก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

เขาดูเหมือนมด **มดในอนาเคีย** เมียในอนาคต

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 1)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำผวน คือ คำว่า มดในอนาเคีย ซึ่งผวนได้เป็น เมียในอนาคต เป็นคำผวนที่ปรากฏความหมายเฉพาะพยางค์ คือพยางค์แรกและพยางค์ที่สอง คือ คำว่า มด หมายถึง ชื่อแมลงหลายชนิดในวงศ์ Formicidae และคำว่า ใน หมายถึง ไม่ใช่นอก ส่วนคำว่า อนาเคียนั้นไม่มีความหมาย

ตัวอย่างที่ 2

อยากให้คุณใส่ชุดคอสเพลย์สีเทา เพราะ**เทาจะได้ชอบเรอ** เธอจะได้ชอบเรา

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 3)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำผวน คือ คำว่า เทาจะได้ชอบเรอ ซึ่งผวนได้เป็น เธอจะได้ชอบเรา เป็นคำผวนที่ผวนแล้วมีความหมายทุกพยางค์

5.1.3 การใช้คำตัด พบจำนวน 4 คำ คือ คำว่า แอร์ แบต มีนา ปั๊ม ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

"ถ้าอยากมีคนดูแล ให้มีแฟนเป็น**แอร์**สิคะ"

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 9)

จากตัวอย่างดังกล่าว คำว่า "แอร์" เป็นคำตัดที่มีการตัดคำพยางค์หลัง มาจากคำว่า แอร์โฮสเตส ซึ่งพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า แอร์โฮสเตส หมายถึง พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ตัวอย่างที่ 2

"แบตหมดให้เดินไปหาปลั๊ก แต่ถ้าคุณขาดความรัก ให้เดินมาหาผมครับ"

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 15)

จากตัวอย่างดังกล่าว คำว่า "แบต" เป็นคำตัดที่มีการตัดคำพยางค์หลัง ซึ่งมาจากคำว่า แบตเตอรี่ พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า แบตเตอรี่ หมายถึง หมู่ของเซลล์ไฟฟ้าซึ่งต่อกันอยู่อย่างอนุกรม หรืออย่างขนาน หรือทั้ง 2 อย่าง

5.1.4 การใช้คำทับศัพท์ พบจำนวน 10 คำ เช่น เปย์ เกียร์ เพอร์เฟค เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

ถึง**ไลฟ์สไตล์**จะเป็นคนติดดิน แต่ถ้าอยากรู้ถึงความฟินอย่าเพิ่งปิดไฟ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 11)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ คำว่า ไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นคำภาษาอังกฤษที่มาจากคำว่า lifestyle หมายความว่า วิถีทางการดำเนินชีวิต ลีลาชีวิต

ตัวอย่างที่ 2

ขับรถต้องรู้**เกียร์** ถ้าอยากได้เมียต้องรู้ใจ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 9)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ คำว่า เกียร์ ซึ่งเป็นคำภาษาอังกฤษที่มาจากคำว่า Gear พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2554 ให้หมายความว่า ส่วนหนึ่งของรถยนต์ เรือยนต์ ทำหน้าที่เปลี่ยนอัตราส่วนการทดรอบระหว่างเครื่องยนต์กับล้อ

5.1.5 การใช้คำสแลง พบจำนวน 2 คำคม เช่น เท แหลก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

ก็อตไม่ใช่สายคอสเพลย์ ไม่ใช่สายเปย์ แต่ก็อตไม่**เท**แน่นอน

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 3)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำสแลง คือ คำว่า เท ซึ่งเป็นมีความหมายว่า ทิ้ง

ตัวอย่างที่ 2

หน้าหล่อไม่ได้**แหลก** หน้าแปลกสิได้

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 9)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำสแลง คือ คำว่า แหลก ซึ่งเป็นมีความหมายว่า กิน เพื่อเลี่ยงคำไม่สุภาพ

5.1.6 การใช้คำคล้องจอง พบจำนวน 23 คำ เช่น ตักกับรัก ย่างกับข้าง ล้อกับท้อ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

คุณครับ ถ้าเสือไม่**เด็ด** ระวังเสืออีกตัวไม่**เข็ด**นะครับ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 1)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำคล้องจอง คือ คำว่า เด็ด เข็ด เป็นคำคล้องจองที่ใช้เสียงสระเดียวกัน คือสระ เอะ และมีตัวสะกดในมาตราเดียวกัน คือ แม่กด ใช้ ด สะกด นอกจากจะเป็นการใช้คำสัมผัสที่มีเสียงสระเดียวกัน และมีตัวสะกดในมาตราเดียวแล้ว ยังเป็นลักษณะของการใช้คำที่นิยมพูดกันในหมู่วัยรุ่น คำลักษณะนี้จึงกระตุ้นให้เกิดการจดจำได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่างที่ 2

ถ้าคุณบินต้องไปนก**แอร์** ถ้าอยากได้คนดู**แล**ต้องเปิดใจ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 9)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏการใช้คำคล้องจอง คือ คำว่า แอร์ ดูแล เป็นคำคล้องจองที่ใช้เสียงสระเดียวกัน คือสระ แอ เป็นการนำชื่อสายการบินมากล่าวอ้าง เพราะสายการบินจะเน้นการดูแลผู้คนเป็นอย่างดี มาสัมผัสกับคำว่า ดูแล ที่หมายถึง เอาใจใส่ให้เป็นไปด้วยดี จึงทำให้คำคมสื่อความหมายไปในทางเดียวกัน

5.1.7 การใช้คำที่มีความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝง พบจำนวน 2 คำ คือคำว่า เสือ เผ็ด ดังตัวอย่าง

<u>ตัวอย่างที่ 1</u>

ถ้าคุณเป็น**เสือ**อย่าทิ้งลาย ดีนะที่ผมเป็นควายขอไลน์หน่อยครับ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 11)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏคำว่า เสือ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายไว้ว่า น. ชื่อสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมในวงศ์ Felidae รูปร่างลักษณะคล้ายแมวแต่ตัวโตกว่ามาก เป็นสัตว์กินเนื้อ นิสัยค่อนข้างดุร้าย หากินเวลากลางคืน มีหลายชนิด เช่น เสือโคร่ง เสือดาวหรือเสือดำ ในที่นี้คำว่า เสือ มีความหมายโดยนัย หมายถึง คนที่มีเล่ห์เหลี่ยม หรือเก่งมาก

<u>ตัวอย่างที่ 2</u>

เฮเลนเนี่ยครบเครื่องเรื่องความ**เผ็ด** แต่ถ้าอยากรู้ว่ามีอะไรเด็ด ๆ อย่าพึ่งปิดไฟนะคะ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 20)

จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏคำว่า เผ็ด พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายไว้ว่า ว. มีรสอย่างรสพริก ในที่นี้คำว่า เผ็ด มีความหมายโดยนัย หมายถึง คารมเร้าร้อน

5.2 การนำเสนอเนื้อหา แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความรัก ด้านบุคลิกภาพ ด้านอาชีพ และด้านครอบครัว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.2.1 ด้านความรัก พบจำนวน 21 คำคม ตัวอย่างเช่น กินอยู่กับปาก แต่ตอนนี้ผมอยากอยู่กับเธอ, เบื่อแล้วชีวิตโสด อยากมีคนโปรดสักคน

<u>ตัวอย่างที่ 1</u>

รักชาติให้ยืนตรง อยากรักมั่นคง ให้ยืนข้างเรา

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 9)

การนำเสนอเนื้อหาในคำคมนี้มีการกล่าวถึงคำว่า รักชาติ มาใช้ในคำคม โดยในปัจจุบันกระแสการรักชาติ ได้รับความนิยมเป็นอย่างอย่างมาก การรักชาตินั้นเป็นความรักที่ยิ่งใหญ่ หลาย ๆ คนยอมเสียสละชีวิตของตนเอง เพื่อรักษาประเทศชาติบ้านเมืองไว้ ทำให้เห็นว่าการรักชาตินั้นมีความสำคัญและยิ่งใหญ่มาก เปรียบได้กับความรักที่มีให้คุณ นั้นมีความยิ่งใหญ่ มั่นคง และเสียสละ เหมือนกับการรักชาติ ซึ่งการกล่าวในลักษณะนี้เป็นการสร้างความมั่นใจ ไว้ใจ ให้แก่ผู้รับสารว่าจะสามารถฝากชีวิต ไว้กับคน ๆ นั้นได้

5.2.2 ด้านบุคลิกภาพ พบจำนวน 17 คำคม ตัวอย่างเช่น หน้าหล่อไม่ได้แหลก หน้าแปลกสิได้, ส่วนตัวเป็นคนขี้เหงา แต่ถ้าเวลาเมาจะขี้เอาใจมากเลยนะคะ

<u>ตัวอย่าง</u>

หน้าตาอาจจะดูไม่จริงจัง แต่อยากบอกดัง ๆ ว่าจริงใจนะคะ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 2)

การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้ เป็นการกล่าวถึงบุคลิกของผู้พูดที่ต้องการจะสื่อว่า ถึงบุคลิกภายนอกของตนนั้นจะดูเป็นคนที่ไม่จริงจัง แต่จริง ๆ แล้วตนเองนั้นเป็นคนที่จริงใจ เพื่อต้องการให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือในเบื้องต้น ก่อนที่จะตัดสินตนจากบุคลิกภายนอก การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้เป็นการใช้คำคมเพื่อเปลี่ยนทัศนะคติของผู้ร่วมรายการที่อาจจะตัดสินตัวตนของเขาจากรูปลักษณ์ภายนอก จึงต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตนเองแก่ผ่านการใช้ภาษา

5.2.3 ด้านอาชีพ พบจำนวน 8 คำคม ตัวอย่างเช่น ถูกฟ้องเขาเรียกว่าเป็นจำเลย แต่ถ้าอยากเป็นคนคุ้นเคยเปิดไฟไว้นะคะ, ถ้ามีพื้นที่จำกัดให้ปลูกพืชสวนขวด ถ้าไม่อยากใจเจ็บปวดให้มาหาผม

<u>ตัวอย่าง</u>

ถ้าเกิดว่าน้องอยากได้แฟนเป็นตากล้อง แนะนำน้องให้มาคบกับพี่ น้องจะได้รูปสวย ๆ ไว้ลงในไอจีพร้อมกับความรักดี ๆ ในเมมโมรี่ของสองเรา

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 15)

จากตัวอย่างข้างต้น มีการกล่าวถึง ตากล้อง ซึ่งเป็นอาชีพหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันและเป็นที่รู้จักอย่างมาก ซึ่งผู้พูดได้เสนอข้อดีว่า หากมีแฟนเป็นตากล้อง ก็จะได้รูปภาพสวย ๆ เก็บไว้ลงไอจี นอกจากจะมีรูปสวย ๆ เก็บไว้ในเมมโมรี่ของกล้องแล้วก็ยังมีความทรงจำและความรู้สึกดี ๆ ของสองเราไว้ด้วย ซึ่งการใช้คำคมลักษณะนี้ทำให้ผู้ฟังเกิดความสนใจในสิ่งที่ผู้พูดนำเสนอเพราะเป็นข้อแลกเปลี่ยนที่ดี

5.2.4 ด้านครอบครัว พบจำนวน 4 คำคม ตัวอย่างเช่น ขับรถต้องรู้เกียร์ ถ้าอยากได้เมียต้องรู้ใจ, ขอเงินให้ไปขอกับแม่ ถ้าอยากขอรักแท้เดี๋ยวให้แม่ไปขอ

<u>ตัวอย่าง</u>

ขอเงินให้ไปขอกับแม่ ถ้าอยากขอรักแท้เดี๋ยวให้แม่ไปขอ

(เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ EP. 22)

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นการนำคำว่า แม่ มากล่าวซ้ำเพื่อเน้นความหมาย ซึ่งแม่นั้นเป็นบุคคลภายในครอบครัว ทำหน้าที่เลี้ยงดูบุตร และจากคำคมมีการกล่าวว่าให้แม่ไปขอ คือเป็นการเน้นย้ำว่าแม่เป็นบุคคลสำคัญในครอบครัว เมื่อบุตรจะมีภรรยาจึงต้องให้แม่ไปขอ ซึ่งการใช้คำคมลักษณะนี้จะเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ฟัง

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

การใช้ภาษา	จำนวน	ร้อยละ	การนำเสนอเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้คำคล้องจอง	23	46	1. ด้านความรัก	21	42
2. การใช้คำทับศัพท์	10	20	2. ด้านบุคลิกภาพ	17	34
3. การใช้คำซ้อน	6	12	3. ด้านอาชีพ	8	16
4. การใช้คำตัด	4	8	4. ด้านครอบครัว	4	8
5. การใช้คำผวน	3	6			
6. การใช้คำสแลง	2	4			
7. การใช้คำที่มีความหมายแฝง	2	4			
รวม	50	100	รวม	50	100

จากตารางข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการใช้คำ การใช้คำที่พบมากที่สุดคือการใช้คำคล้องจอง เนื่องจากคำคมมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดการจดจำ ซึ่งคำคล้องจองที่ปรากฏส่วนใหญ่เป็นคำคล้องจองที่มีการสัมผัสสระเช่น ถ้าคุณกินหมูกระทะคุณอาจจะ

เจอเนื้อย่าง แต่ถ้าคุณมายืนข้าง ๆ คุณจะเจอเนื้อคู่ การใช้คำสัมผัสสระในลักษณะนี้ จะสร้างความจดจำแก่ผู้ชมได้ง่าย รองลงมาคือคำทับศัพท์ เนื่องด้วยปัจจุบันภาษาที่สองมีความสำคัญและนิยมใช้กันเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำทับศัพท์ในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์จึงเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันเพราะส่วนใหญ่แล้วผู้ชมก็เข้าใจความหมายคำต่างประเทศที่นำมาใช้นั้น การนำคำทับศัพท์มาใช้ในคำคมจึงสื่อสารให้สัมฤทธิ์ผลได้โดยง่ายและไม่เป็นอุปสรรค ส่วนการใช้คำที่พบน้อยที่สุดคือการใช้คำสแลงและการใช้คำที่มีความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝงเพราะการใช้ภาษาลักษณะนี้จะต้องอาศัยการตีความที่ลึกซึ้ง และบางคำอาจจะไม่สุภาพจึงไม่นิยมนำมาใช้ในคำคม

ด้านการนำเสนอเนื้อหา การนำเสนอเนื้อหาที่พบมากที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาด้านความรัก เพราะรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์เป็นรายการที่เน้นการจัดหาคู่ จึงมีการใช้คำคมที่นำเสนอเนื้อหาด้านความรักเพื่อนำเสนอตนเองและดึงดูดให้ผู้ฟังสนใจ เช่น น้ำขึ้นให้รีบตัก แต่ถ้ารักนะครับให้รีบบอก ผมเป็นคนลาวลาวยืนยักษ์ รักยืนยาว จะเห็นได้ว่าคำคมนำเสนอเนื้อหาด้านความรักนั้น จะสามารถสร้างความสนใจให้แก่ผู้ฟังผู้ชมได้และทำให้ผู้ฟังได้ทราบถึงตัวตนของผู้พูด การใช้คำคมด้านความรักจึงเป็นที่นิยมใช้กันอย่างมากในหมู่ผู้เข้าร่วมรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์

การใช้คำและการนำเสนอเนื้อหาในคำคมทำให้การดำเนินรายการเป็นไปด้วยความสนุกสนานสร้างความจดจำชวนให้ติดตาม การศึกษาการใช้ภาษาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์จึงถือเป็นการศึกษาการใช้ภาษารูปแบบหนึ่งที่เมื่อศึกษาให้ลึกลงไปแล้วจะเห็นได้ว่าไม่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อความสนุกสนานเท่านั้นแต่ในคำคมยังแสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาที่แยบยล การนำคำคมมานำเสนอในรูปแบบรายการโทรทัศน์จึงถือเป็นการเผยแพร่ลักษณะการใช้ภาษารูปแบบใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการใช้ภาษาไทยให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

จากการศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากคำคมในรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ ผู้วิจัยพบว่าการใช้ภาษามีความแตกต่างจากรายการโทรทัศน์ทั่วไป เนื่องจากมีการนำเสนอภาษาในรูปแบบใหม่นั่นคือ การใช้คำคม ทำให้รายการได้รับความสนใจจากผู้ชมทุกเพศทุกวัย เพราะคำคมเป็นรูปแบบการใช้ภาษาชนิดหนึ่งซึ่งใช้คำน้อยแต่มีความหมายมากทำให้เกิดผลบางอย่างแก่ผู้รับสารไม่ว่าจะแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น ให้ข้อคิดเตือนสติ เป็นภาษาที่แฝงทำนองขัน การใช้ภาษาลักษณะนี้จึงทำให้ผู้ชมอยากที่จะติดตามรายการเทคมีเอาท์ไทยแลนด์ต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สามารถนำงานวิจัยในครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาคำคมแนวใหม่หรือที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น รายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่มักจะมีการนำคำคมมาใช้ในรายการ หรือหน่วยงานที่มีการจัดแข่งขันคำคม ทั้งนี้เพื่อเป็นความรู้และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ด้านปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาคำคมจากรายการในสื่อวิทยุโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ ต่อไป

(2) ควรศึกษาแนวคิดที่ได้รับจากคำคมเพิ่มเติม

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มานำเสนอผลงาน

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ต้นโพธิ์. (2556). กลวิธีการใช้ภาษาในงานประพันธ์ของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร,* 33(2), 11-30.

กำชัย ทองหล่อ. (2537). *หลักภาษาไทย.* กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ธำรงสิทธิ์ พจนานุภาพ. (2558). *การใช้คำของคำคมที่ปรากฏในเว็บเพจคำคมจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.* คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นววรรณ พันธุเมธา. (2539). *พินิจภาษา.* กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

บุญยงค์ เกศเทศ. (2548). *วิถีคิด วิธีเขียน.* กรุงเทพฯ : หลักพิมพ์.

ปรีชา ทิชินพงศ์. (2523). *ลักษณะภาษาไทย.* กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ปรียานุช สองศร. (2558). *บทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เปลื้อง ณ นคร. (2514). *คำบรรยายวิชาการประพันธ์และหนังสือพิมพ์.* พิมพ์ครั้งที่ 4. พระนคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์.

วิภาวรรณ อยู่เย็น. (2550). คำคมในภาษาไทย. *วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย*, 1(2), 36-62.

สุกัญญา ฉัตรเสถียรพงศ์. (2533). *หน้าที่และความหมายของคำทับศัพท์.* พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุนันท์ อัญชลีนุกูล. (2543). คำพังเพย : รูปภาษาและเจตนาการใช้. *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย,* 17 (17), 145-155.

การศึกษาบทร้อยกรองในเพจ "โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก"

A STUDY ON POETRY IN COVID PLEAN RAO RUANG LAO PLEAN LOKE PAGE

อธิศักดิ์ จูมแพง, จิตตินี หอยสกุล,
วรรณธิดา สันฐมิตร, สิรีธร ศรีสวัสดิ์
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: atisakball1998@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ "โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก" ด้านการตั้งชื่อเรื่องและด้านการนำเสนอเนื้อหา โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลชื่อบทร้อยกรอง ระหว่างวันที่ 8 มิถุนายน 2563 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2563 รวมทั้งสิ้น 105 ชื่อ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของหลักภาษาไทย ด้านโครงสร้างของชื่อเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อ และการนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรองเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ด้านโครงสร้างของชื่อเรื่องปรากฏ 3 ชนิด ได้แก่ การตั้งชื่อโดยการใช้คำพบทั้งสิ้น 14 ชื่อ การตั้งชื่อโดยการใช้กลุ่มคำหรือวลี ได้แก่ นามวลี สรรพนามวลี กริยาวลี พบทั้งสิ้น 90 ชื่อ และการตั้งชื่อโดยการใช้ประโยคพบทั้งสิ้น 1 ชื่อ ด้านกลวิธีการตั้งชื่อบทประพันธ์มีปรากฏ 3 ชนิด ได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อแบบตรงไปตรงมาหรือชี้นำเนื้อหาพบทั้งสิ้น 77 ชื่อ กลวิธีการตั้งชื่อแบบคำถามพบทั้งสิ้น 2 ชื่อ กลวิธีการตั้งชื่อแบบชวนฉงนพบทั้งสิ้น 26 ชื่อ ด้านการนำเสนอเนื้อหามีทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคมพบทั้งสิ้น 45 เรื่อง ด้านธรรมชาติพบทั้งสิ้น 15 เรื่อง ด้านความรักพบทั้งสิ้น 5 เรื่อง และด้านสัจธรรมของมนุษย์พบทั้งสิ้น 40 เรื่อง

คำสำคัญ: การตั้งชื่อ การนำเสนอเนื้อหา เพจ "โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก

ABSTRACT

This research article aimed to study titling techniques and content presentation of selected written poetries in COVID Plean Rao Ruang Lao Plean Loke Page through a qualitative research method. The total of 105 titles of selected written poetries were collected during 8th June, 2020 and 31st August, 2020. The researcher analyzed data basing on ideas regarding Thai grammar, title structure, naming techniques and content presentation of poetry. The study showed that there were three title structure used; naming by using word – 14 titles, naming

by using a group of words or phrases; noun phrases, pronominal phrase, and verb phrase – 90 titles, and naming by using sentences – 1 title. There were three naming techniques; straightforward or directing content naming – 77 titles, question naming, and confusing naming – 26 titles. The content presentation was divided into four categories; social concept – 45 titles, natural concept – 15 titles, love concept – 5 titles, and human truth concept – 40 titles.

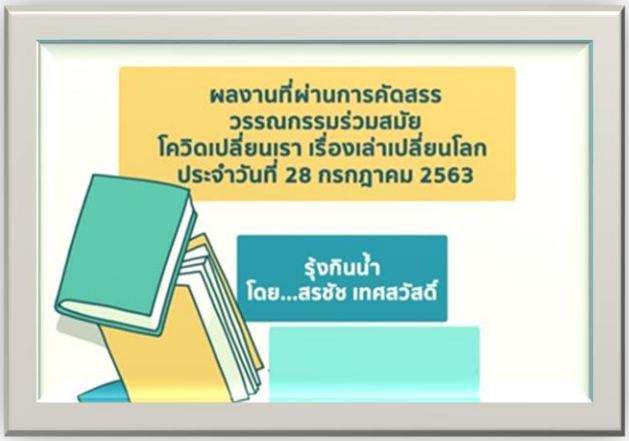
Keyword: Naming Techniques, Presentation of Content, COVID Plean Rao Ruang Lao Plean Loke Page

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เพจ “โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก” เป็นเพจใหม่ที่มีการสร้างขึ้นในแอพพลิเคชั่นเฟซบุ๊ก ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ที่ผ่านมา เพื่อให้ผู้ที่มีความสามารถและสนใจในการแต่งบทร้อยกรองร่วมกันส่งผลงานเข้ามาประกวดและเป็นการแสดงทรรศนะความคิดเห็นที่มีต่อโรคระบาดในครั้งนี้

บทร้อยกรอง คือ คำประพันธ์หรือถ้อยคำที่ได้เรียบเรียงขึ้นโดยมีข้อบังคับ จำกัดคำ วรรคและมีสัมผัสตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดให้แต่ละประเภท (วันเนาว์ ยูเด็น, 2532: 2) นอกจากนี้แล้ว พระยาอนุมานราชธน (2514: 15) ยังให้ความหมายของร้อยกรองไว้ว่า ร้อยกรอง หมายถึง โคลง ร่าย ฉันท์ กาพย์ กลอน ซึ่งมีถ้อยคำที่นำมาประกอบประพันธ์กัน มีตัวสะกดตรงตามมาตรา เสียงสูงต่ำ หนักเบาและสั้นยาวตามรูปแบบตามที่กำหนดไว้

จากการศึกษาเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า บทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ “โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก” มีความแปลกใหม่และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านการตั้งชื่อเรื่อง ตัวอย่างเช่น



(รุ้งกินน้ำ : รชัช เทศสวัสดิ์, 28 กรกฎาคม 2563)

จากภาพดังกล่าวข้างต้น เป็นภาพบทร้อยกรองเรื่องรุ้งกินน้ำ ซึ่งเป็นชื่อบทร้อยกรองที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ประพันธ์ไม่ได้ใช้เรื่องราวเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนามาตั้งเป็นชื่อบทร้อยกรอง แต่ผู้ประพันธ์ใช้ธรรมชาติในการนำมาตั้งชื่อ ทั้งนี้เพื่อให้มีความสอดคล้องกับการแพร่ระบาด กล่าวคือ หลังจากที่ฝนตกจะเกิดรุ้งกินน้ำ อันหมายถึง การเริ่มต้นใหม่ นอกจากการตั้งชื่อบทร้อยกรองแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า การนำเสนอเนื้อหาของบทประพันธ์ก็มีความหลากหลายและเป็นเรื่องที่น่าสนใจจะศึกษาเพิ่มเติม เช่น การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมในประเด็นต่าง ๆ เป็นต้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบทร้อยกรองในเพจดังกล่าวด้านการตั้งชื่อเรื่องและการนำเสนอเนื้อหา ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการอ่าน การตีความ และการวิจารณ์บทร้อยกรองสมัยใหม่ได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้วิจัยท่านอื่นได้ศึกษาค้นคว้าต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาบทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ “โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก” ด้านการตั้งชื่อเรื่องและด้านการนำเสนอเนื้อหา

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโครงสร้างของภาษาและกลวิธีการตั้งชื่อ

3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโครงสร้างของภาษา

วิจินตน์ ภาณุพงศ์ (2542) กล่าวว่า ภาษาไทยที่เราใช้พูดและเขียนเพื่อการศึกษานั้นประกอบขึ้นด้วยหน่อยที่มีขนาดต่าง ๆ กัน โดยเริ่มจากขนาดเล็กที่สุดไปหาขนาดใหญ่ที่สุด คือ เสียง พยางค์ คำ วลี ประโยค และสัมพันธสาร โดยทั่วไปไปเรามักมองว่าหน่วยเสียงที่เล็กประกอบขึ้นเป็น หน่วยใหญ่ เช่น คำประกอบขึ้นเป็นวลี วลีประกอบขึ้นเป็นประโยค ลักษณะดังกล่าวทำให้เห็นว่าหน่วยทางภาษาต่าง ๆ มีขนาดไม่เท่ากัน แต่ในความเป็นจริงแล้วหน่วยทางภาษาซึ่งทำหน้าที่ในระดับที่ใหญ่กว่าไม่จำเป็นต้องประกอบด้วยหน่วยที่เล็กกว่าเสมอไป บางครั้งหน่วยเล็กเพียงหน่วยเดียวอาจทำหน้าที่ในระดับใหญ่ก็ได้ เช่น แม่ถามลูกว่า “ กินข้าวมั้ย ” ลูกตอบว่า “ กิน ” หน่วยภาษา “ กิน ” ทำหน้าที่เป็นประโยคซึ่งละหน่วยประธานและกรรมไว้ ความสัมพันธ์กันทางหน่วยภาษาในข้างต้นเป็นไปตามแนวคิดเรื่องวากยสัมพันธ์ (syntax) ซึ่งเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอในหน่วยนี้

ระบบกลุ่มคำในภาษาไทยที่จะกล่าวถึงในที่นี้เป็นการพิจารณาถึงคำที่เรียงต่อเนื่องกันเป็นกลุ่ม และกลุ่มที่ใหญ่สุด คือ สัมพันธสาร ในสัมพันธสารมีกลุ่มที่เล็กลงมา คือ ประโยค ในประโยคจะมีกลุ่มของวลีซึ่งประกอบมาจากคำ

พระยาอุปกิตศิลปสาร (2545) กล่าวถึง เรื่องวลีและประโยค ดังนี้

วลี คือ คำที่ติดต่อกันตั้งแต่ 2 คำขึ้นไปซึ่งมีความหมายติดต่อเป็นเรื่องเดียวกัน แต่เป็นส่วนหนึ่งของประโยคไม่มีเนื้อความครบถ้วนเป็นประโยค เช่น นกเขาชวา ในหม้อทองเหลือง การนอนกลางวันบ่อย ๆ เป็นต้น วลีแบ่งตามชนิดของคำเป็น 7 ชนิด ได้แก่ นามวลี สรรพนามวลี กริยาวลี วิเศษณ์วลี บุพบทวลี สันธานวลี อุทานวลี

ประโยค คือ ถ้อยคำที่มีเนื้อความครบบริบูรณ์แบ่งออกเป็น 2 ภาค คือ ภาคประธานและภาคแสดง จำแนกเป็น 3 ชนิด คือ เอกรรถประโยค หมายถึง ประโยคที่มีเนื้อความเดียว เช่น เสือกินตามี ตามีถูกเสือกิน คนกินข้าว เป็นต้น อเนกรรถประโยค หมายถึง ประโยคที่มีเนื้อความหลายอย่างประกอบด้วยเอกรรถประโยคตั้งแต่ 2 ประโยคขึ้นไปเรียงกันมีสันธานเป็นเครื่องเกี่ยวเชื่อมอยู่ในระหว่างเอกรรถประโยคนั้น ๆ เช่น น้ำขึ้นแต่ลมลงยายและหลานทำนา และสังกรประโยค หมายถึง เป็นเอกรรถประโยคที่ใช้เอกรรถประโยคด้วยกันทำหน้าที่เป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของประโยคมี 2 ส่วน คือ มุขยประโยคและอนุประโยค

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของภาษา พบว่าโครงสร้างของภาษานั้นมีการประกอบสร้างตั้งแต่หน่วยของภาษาที่เล็กที่สุด คือหน่วยเสียง พยางค์ คำ วลี ประโยค จนประกอบเป็นโครงสร้างทางภาษาขนาดใหญ่เป็นสัมพันธสาร ซึ่งหากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปนั้นการที่จะรวมกันเป็นโครงสร้างทางภาษาที่สมบูรณ์ก็จะเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ยาก

3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการตั้งชื่อ

นฤมล ปักศรีสิงห์ (2557) ได้วิเคราะห์การตั้งชื่อบทความในนิตยสารชีวจิตพบกลวิธีการตั้งชื่อบทความในนิตยสารชีวจิตทั้งหมด 4 กลวิธี คือ กลวิธีการตั้งชื่อแบบชี้นำเนื้อหา กลวิธีการตั้งชื่อแบบคุ้นเคย กลวิธีตั้งชื่อแบบคำถาม กลวิธีตั้งชื่อแบบสำนวน

วีรวัฒน์ อินทรพร (2545) ได้อธิบายแนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องนวนิยายไว้ 7 ประเภท คือ การตั้งชื่ออย่างตรงไปตรงมา การตั้งชื่อแบบเปรียบเทียบ การตั้งชื่อแบบขัดแย้ง การตั้งชื่อโดยยกคำประพันธ์ วาทะ ภาษิตหรือคำกล่าวที่เคยได้ยิน การตั้งชื่อแบบคำถาม การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของ การตั้งชื่อตามตัวละครเอก

วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้าและคณะ (2560) ได้ศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์เรื่องจากปกของนิตยสารค.คน Magazine ผลการศึกษาพบว่ากลวิธีการตั้งชื่อมี 3 ลักษณะ คือ กลวิธีการนำชื่อเจ้าของชีวประวัติมาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อเรื่อง กลวิธีการบอกประเด็นเนื้อหาของเรื่องและการนำกลวิธีทางภาษามาใช้ในการตั้งชื่อเรื่อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการตั้งชื่อ พบว่า กลวิธีการตั้งชื่อในงานเขียนแต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูลที่ศึกษา กล่าวคือ 1) กลวิธีการตั้งชื่อบทความในนิตยสาร พบ 4 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อแบบชี้นำเนื้อหา กลวิธีการตั้งชื่อแบบคุ้นเคย กลวิธีตั้งชื่อแบบคำถาม และกลวิธีตั้งชื่อแบบสำนวน 2) กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องนวนิยายพบ 7 กลวิธี ได้แก่ การตั้งชื่ออย่างตรงไปตรงมา การตั้งชื่อแบบเปรียบเทียบ การตั้งชื่อแบบขัดแย้ง การตั้งชื่อโดยยกคำประพันธ์ วาทะ ภาษิตหรือคำกล่าวที่เคยได้ยิน การตั้งชื่อแบบคำถาม การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญ และการตั้งชื่อตามตัวละครเอก และ 3) กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติ พบ 3 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการนำชื่อเจ้าของชีวประวัติมาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อเรื่อง กลวิธีการบอกประเด็นเนื้อหาของเรื่อง และการนำกลวิธีทางภาษามาใช้ในการตั้งชื่อเรื่อง

3.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการนำเสนอแนวคิด

แนวคิด ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Theme มีนักวิชาการบางท่านเรียกชื่อต่างกันว่า “สารัตถะของเรื่อง” ซึ่งคำนี้มีความหมายอย่างเดียวกับแนวคิด (Theme) อันหมายถึงสิ่งที่แฝงอยู่ในองค์ประกอบทุก ๆ ส่วนของงานประพันธ์ ผู้อ่านต้องใช้ความรู้ความสามารถวิเคราะห์เองเพราะกวีจะไม่บอกออกมาตรง ๆ นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีนักวิชาการหลายท่านอธิบายความหมายและหลักการวิเคราะห์แนวคิดไว้สรุปได้ดังนี้ คือ

พงษ์จันทร์ คล้ายสุบรรณ์ (2522) อธิบายว่า การแสดงแนวคิด (Theme) หรือสารัตถะของเรื่อง หมายถึงทัศนะของผู้แต่งที่มีต่อชีวิต ผู้แต่งต้องแสดงความคิดให้ปรากฏเด่นชัดโดยเฉพาะในตอนจบเรื่อง ผู้อ่านจะได้ทราบแนวคิดหรือทัศนะของผู้เขียนจากความคิดหรือการกระทำของตัวละครจากบทสนทนาหรือจากผลสุดท้ายของเหตุการณ์ในเรื่อง

ธัญญา สังขพันธานนท์ (2539) อธิบาย แนวคิดในนวนิยายและเรื่องสั้น หมายถึง ความคิดอันเป็นศูนย์กลางในงานเขียนที่แสดงให้เห็นความเป็นจริงเกี่ยวกับประสบการณ์ของมนุษย์และอธิบายหลักการพิจารณาแนวคิดในบทร้อยกรองหรือกวีนิพนธ์ไว้ว่า “ผู้อ่านควรพิจารณาจากรูปแบบของบทร้อยกรองนั้น ๆ รวมไปถึงการศึกษาน้ำเสียงภาษาจินตภาพและทุกองค์ประกอบ”

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอแนวคิด พบว่า แนวคิดของผู้เขียนนั้นจะสอดแทรกอยู่ในองค์ประกอบของทุก ๆ ส่วนของงานประพันธ์ ซึ่งผู้แต่งจะต้องแสดงความคิดให้เด่นชัด และควรเป็นแนวคิดที่เป็นศูนย์กลางในงานเขียนที่แสดงให้เห็นความเป็นจริง โดยผู้อ่านจะต้องใช้ความรู้ความสามารถวิเคราะห์เองเพราะกวีจะไม่บอกออกมาตรง ๆ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

(1) ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมชื่อบทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกตั้งแต่วันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2563 จนถึง วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 105 ชื่อ

(2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยสำรวจ รวบรวม และสังเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อเรื่อง โครงสร้างของชื่อเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อ และการนำเสนอเนื้อหาจากวรรณกรรม

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลชื่อและเนื้อหาของบทร้อยกรอง จำนวน 105 เรื่อง

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยวิเคราะห์โครงสร้างของชื่อเรื่องบทร้อยกรอง แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องโดยการใช้คำ การตั้งชื่อเรื่องโดยการใช้วลี และการตั้งชื่อเรื่องโดยการใช้กลุ่มคำหรือวลี

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยวิเคราะห์กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อแบบตรงไปตรงมาหรือชี้นำเนื้อหา กลวิธีการตั้งชื่อแบบคำถาม และกลวิธีการตั้งชื่อแบบชวนฉงน

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรอง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านธรรมชาติ ด้านความรัก และด้านสัจธรรมของมนุษย์

ขั้นตอนที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 7 เผยแพร่ผลงาน

(3) ข้อตกลงเบื้องต้น **ในการวิเคราะห์ข้อมูล**ครั้งนี้

-ผู้วิจัยจะนำชื่อบทร้อยกรอง จำนวน 105 ชื่อมาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็นเพียง 2 ประเด็น คือ การตั้งชื่อเรื่องบทร้อยกรองและการนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรอง เท่านั้น

-ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านชื่อบทร้อยกรอง ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างของภาษาและกลวิธีการตั้งชื่อบทร้อยกรองซึ่งได้รวบรวมจากตำราต่าง ๆ ได้แก่ วิจินตน์ ภาณุพงศ์(2542) พระยาอุปกิตศิลปสาร (2545) นฤมล ปักศรีสิงห์ (2557) วีรวัฒน์ อินทรพร (2545) ถวัลย์ มาศจรัส (2545) ปรานี พรหมจรรย์ (2531) วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้าและคณะ (2560) และพงษ์จันทร์ คล้ายสุบรรณ์ (2522)

-ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรอง ผู้วิจัยใช้แนวคิดของพงษ์จันทร์ คล้ายสุบรรณ์ (2522) ธัญญา สังขพันธานนท์ (2539) สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2534) สาคร ศรีดี (2545) และกฤษณา ศักดิ์ศรี (2534)

5. ผลการวิจัย

5.1 การตั้งชื่อเรื่องบทร้อยกรอง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างของชื่อเรื่อง และด้านกลวิธีการตั้งชื่อบทร้อยกรองดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 ด้านโครงสร้างของชื่อเรื่อง แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ (1) การตั้งชื่อโดยการใช้คำ พบทั้งสิ้น 14 ชื่อ เช่น 1. รอ 2. พอ 3. ลุมพินี 4. เปลี่ยน 5. แสงสว่าง 6. นมจืด 7. หมอ 8. คุณครู 9. ขอบคุณ 10. เสื่อ (2) การตั้งชื่อโดยการใช้กลุ่มคำหรือวลี พบ 3 ชนิด คือ นามวลี เช่น สงครามโรค :สงครามโลกเรื่องราวมหัศจรรย์ของกวีท่านหนึ่ง สรรพนามวลี เช่น ฉันมาในนามพระผู้เป็นเจ้าผู้สร้างจักรวาล กริยาวลี เช่น เปลี่ยนปรับขยับสู้ (3) การตั้งชื่อโดยการใช้ประโยค พบเพียง 1 ชื่อ ได้แก่ เธอเห็นไหม?

5.1.2 ด้านกลวิธีการตั้งชื่อ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่ (1) กลวิธีการตั้งชื่อแบบตรงไปตรงมาหรือชี้นำเนื้อหา หมายถึง การตั้งชื่อแบบที่ชื่อเรื่องสามารถสื่อให้ผู้อ่านสามารถคาดเดาเนื้อหาได้ว่า

เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เมื่ออ่านแล้วก็จะสามารถคาดเดาได้อย่างรวดเร็ว พบทั้งสิ้น 77 ชื่อ เช่น 1. รอ 2. บันทึกลมหายใจ 2020 3. วิถีชีวิตใหม่ โลกใบใหม่ 4. แด่กำลังใจ 5. ลาบโควิด 6. จากน้ำค้างถึงมหาสมุทร 7. เปรียบปรับขยับสู้ 8. เรื่องราวมหัศจรรย์ของกวีท่านหนึ่ง 9. เชฟกระทะเ(ห)ล็ก 10. มือคู่นั้นร่างเงาฝันจากวรรณคดี (2) กลวิธีการตั้งชื่อแบบคำถาม หมายถึง การตั้งชื่อเรื่องแบบที่ทำให้ผู้อ่านต้องหาคำตอบเองจากการอ่านหรือฉุกคิดว่าผู้ประพันธ์ต้องการถามอะไรซึ่งจะต้องติดตามต่อในเนื้อเรื่อง พบทั้งสิ้น 2 ชื่อ ได้แก่ 1. เธอ - ฉัน ใครกันโควิด 19 และ2. เธอเห็นไหม ? (3) กลวิธีการตั้งชื่อแบบชวนฉงน หมายถึง การตั้งชื่อเรื่องแบบที่ทำให้ผู้อ่านต้องขบคิดว่าเรื่องนั้น ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไรกันแน่ เมื่ออ่านแล้วจะไม่สามารถคาดเดาได้อย่างรวดเร็ว พบทั้งสิ้น 26 ชื่อ เช่น 1. พอ 2. มนุษย์ – โรคระบาด 3. ปริศนาธรรม 4. นกเล่าเรื่อง... 5. ประวัติศาสตร์ความหวาดไหว 6. นมจืด 7. เมื่อไม่เหลือใคร 8. ผู้โชคดีบนโลกใบเก่า 9. เพื่อเป็นไป 10. เขาและเราใต้เงากวี

5.2 การนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรอง จากการศึกษาด้านการนำเสนอเนื้อหาผ่านบทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ “โควิดเปลี่ยนเราเรื่องเล่าเปลี่ยนโลก” สามารถจัดเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 4 แนวคิด คือ ด้านสังคม ด้านธรรมชาติ ด้านความรัก และด้านสัจธรรมของมนุษย์

5.2.1 แนวคิดด้านสังคม หมายถึง “ คนจำนวนหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระเบียบกฎเกณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญร่วมด้วย เช่น เรื่องของสังคมชนบท สังคมชาวบ้านจากการศึกษาบทร้อยกรองที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ “ โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก ” มีการกล่าวถึงเรื่องราวของสังคมที่สะท้อนให้เห็นความเป็นอยู่ของคนในภาวะของโรคระบาด มีการเผชิญความทุกข์กับเรื่องราวที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นผลกระทบจากการเกิดโรค (สัญญา สัญญาวิวัฒน์ , 2534) ซึ่งกวีแต่ละท่านนั้นได้นำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมมาเป็นหลักในการประพันธ์พบทั้งสิ้น 45 เรื่อง ดังตัวอย่าง

ในเดือดร้อนในเดือดท้นผู้คนหิว	ชีวิตเหมือนได้ปลิดปลิวลอยลิ่วหาย
ยังไม่ตายก็ขัดสนเหมือนคนตาย	กลืนน้ำลายกลืนทุกที่ไม่มีจะกิน
ยังต้องอยู่อย่างขลาดกลัวเอาตัวรอด	เพื่อให้ปลอดพ้นระบาดโรคปราศสิ้น
เพื่อฟังเสียงเสียงคนรักอยากได้ยิน	ไม่ยอมดินไหลกลบเวลานี้

(รอ : คำ ภูลาน)

จากบทร้อยกรองข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นแนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่เห็นถึงความทุกข์ยากของคนที่ประสบกับปัญหาในช่วงของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ทำให้คนนั้นต้องทนอยู่กับความอดอยาก มีความขัดสนมีชีวิตอย่างไร้จุดหมาย และต้องอยู่อย่างหวาดระแวง

5.2.2 แนวคิดด้านธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เกิดมีและเป็นอยู่ตามธรรมชาติของสิ่ง ๆ นั้น ภาพภูมิประเทศที่เป็นไปเองโดยมิได้ปรุงแต่ง เช่น สีธรรมชาติ (กฤษณา ศักดิ์ศรี, 2534) พบทั้งสิ้น 15 เรื่อง ดังตัวอย่าง

แค่มีสิ่งที่กำบังทั้งฝน-แดด	แลส้มแสดสายรุ้งลายสดสวย
ขอบหน้าต่างเราต่างมองกระชุ่มกระชวย	วันที่โลกอำนวยให้ห่างกัน
มองแมกไม้สบายตาชุ่มชื่นจิต	มองชีวิตผ่านร้อนหนาวร้าวกี่ฝัน
มองเป็นมาเห็นอดีตขีดเขียนกัน	มอง ณ วันนี้ใจแจ้งกระจ่างไป

(นกเล่าเรื่อง... : คมสัน วิเศษธร)

จากบทร้อยกรองข้างต้นสะท้อนให้เห็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับธรรมชาติ คือ มนุษย์เมื่อมีเรื่องราวที่ทุกข์ใน หากมีที่อยู่อาศัยไว้เพียงพักพิงกายหรือมีธรรมที่ผ่านสายตา แมกไม้ต่างพันธุ์ก็สามารถทำให้สบายใจขึ้นได้หรือที่เรียกว่า ธรรมชาติบำบัด

5.2.3 แนวคิดด้านความรัก หมายถึง การมีใจผูกพันด้วยความห่วงใย เช่น พ่อแม่รักลูก รักชาติ รักชื่อเสียง มีใจผูกพันด้วยความเสน่หา หรือมีใจผูกพันฉันชู้สาว เช่น ชายรักหญิง (ธีรวุฒิ เอกะกุล , 2543) จากการศึกษาเนื้อความจากบทประพันธ์ที่ผ่านการคัดเลือกในเพจ " โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก " ถึงแม้จะเป็นช่วงที่สถานการณ์ของโลกนั้นแพร่ระบาดไปด้วยเชื้อไวรัสโคโรนาแต่จากเหตุการณ์ครั้งนี้ก็ยังทำให้เห็นถึงการแสดงความรัก ความห่วงใยซึ่งกันและกันของคนในสังคมที่จะต้องร่วมกันก้าวข้ามวิกฤตเช่นนี้ไปพบทั้งสิ้น 5 ชื่อ ดังตัวอย่าง

โควิด" คือบทเรียนเปลี่ยนตัวเรา	เปลี่ยนความเศร้าของโลกให้สวยใส
เปลี่ยนเฉยชามาเป็นห้วงความห่วงใย	ปรับแนวคิดพลิกโลกใหม่ให้ทุกคน
เมื่อวิกฤตอยู่คู่กับโอกาส	ความขยาดหวาดกลัวความมัวหม่น
สติมาปัญญาเกิดและอดทน	เราต้องพ้นวิกฤตไปทุกภัยพาล

(โควิด เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส : แรมโบญ่า)

จากบทร้อยกรองข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่า ในช่วงสถานการณ์ตึงเครียดของบ้านเมืองสามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส เปลี่ยนความตึงเครียดเป็นความห่วงใย เพียงแค่การมีสติตั้งอยู่กับสิ่งที่เป็นอยู่ และมีความอดทนกับสิ่งที่เกิดขึ้นก็จะสามารถผ่านพ้นวิกฤตไปได้

5.2.4 แนวคิดด้านสัจธรรมของมนุษย์ กล่าวคือ มนุษย์ที่ดำรงชีวิตในสังคม ประกอบด้วยร่างกาย จิตใจ การดำเนินชีวิต การทำงาน ความรู้สึกนึกคิด มีศักดิ์แห่งความเป็นมนุษย์บนพื้นฐานของความดีในทางที่ถูกต้องและดีงาม (สาคร ศรีดี, 2545) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การะบาดของโรคไวรัสโคโรนา ที่แสดงให้ถึงความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนมนุษย์ การเปลี่ยนเปลี่ยนตนเองเพื่อป้องกันโรคระบาด มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ไม่ให้โรคระบาดนั้นต้องรุกรามจนเกินการเยียวยาและรักษาให้หายขาดได้พบทั้งสิ้น 40 เรื่อง ดังตัวอย่าง

จึ่งเพ่งพิศชีวิตอยู่รู้วันวาร	เผยดวงม่านพริ้งพรายความเป็นไป
ฟ้าสีฟ้าเต็มตายิ่งทุกสิ่งสรรพ์	ดวงตะวันยังหยัดยืนผืนฟ้าใหม่
โรคทึมเทาจะเบาบางสร่างโรคภัย	ด้วยหัวใจยังกล้าแกร่งก้าวเผชิญ
โรครุมเร้าจะเบาบางห่างหนีไกล	ด้วยหัวใจยืนหยัดท้ากล้าเผชิญ

(ด้วยหัวใจยืนหยัดท้า..กล้าเผชิญ : ช.ชนะชัย)

จากตัวอย่างบทร้อยกรองข้างต้น แสดงให้เห็นว่า เมื่อสิ่งที่ทุกคนไม่อยากให้เกิดขึ้น แต่ปรากฏว่ามันเกิดขึ้นแล้ว ทุกคนต้องยอมรับในการเปลี่ยนแปลงนี้และลุกขึ้นต่อสู้กับการแพร่ระบาดด้วยการปรับตัว เพราะนี่เป็นสิ่งที่ทุกคนห้ามไม่ได้ การปรับตัวนั้นก็คือ การเข้าใจสัจธรรมในความเปลี่ยนแปลงของชีวิต

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาบทร้อยกรองในเพจ "โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก" ในประเด็นของการตั้งชื่อเรื่องบทร้อยกรอง และ การนำเสนอเนื้อหาของบทร้อยกรอง พบความน่าสนใจในด้านของการใช้ภาษาเพื่อการสร้างผลงานที่ผ่านกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ ผ่านบทร้อยกรองในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา เนื่องจากผู้ประพันธ์มีวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาเท่านั้น ประเด็นการใช้กลวิธีการตั้งชื่อแบบตรงไปตรงมาหรือชี้นำเนื้อหาถ่ายทอดเรื่องราวได้ง่ายและสามารถทำให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อเรื่องผ่านชื่อบทร้อยกรอง เช่น เรื่องโควิด...เปลี่ยนโลก เป็นการใช้กลวิธีการตั้งชื่อ

แบบตรงไปตรงมาหรือชี้นำเนื้อหา คือ กล่าวถึงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่าที่เข้ามาแพร่ระบาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม นอกจากนี้ยังกระทบถึงประชาชนในด้านต่าง ๆ ซึ่งการตั้งชื่อนี้ก็สามารถรับรู้ถึงเนื้อหาที่ผู้ประพันธ์ต้องการที่จะสื่อถึงผู้อ่านได้อย่างตรงไปตรงมาหรือกลวิธีการตั้งชื่อแบบชวนฉงนที่สามารถทำให้ผู้อ่านนั้นอยากติดตามอ่านเนื้อเรื่องเพื่อที่จะไขข้อสงสัยของตัวเองว่าเหตุใดผู้ประพันธ์จึงเลือกตั้งชื่อเรื่องให้มีการตั้งข้อสงสัย และกลวิธีนี้ก็เป็นกลวิธีที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้ประพันธ์จะต้องใช้ความรู้ ความสามารถในด้านของการใช้ภาษาและกลวิธีเป็นอย่างมากที่จะทำให้ผู้อ่านนั้นเกิดความสงสัยและต้องการหาคำตอบโดยการอ่านบทประพันธ์ กลวิธีการตั้งชื่อแบบคำถามพบทั้งสิ้น 2 ชื่อนั้น เป็นกลวิธีที่พบน้อยที่สุดเนื่องจากการเผยแพร่งานเกี่ยวกับจิตนาการของผู้ประพันธ์นั้นต้องการให้กำลังใจและผ่านเรื่องราวเหล่านี้ไปได้ การใช้กลวิธีแบบคำถามนั้นจึงไม่นิยมใช้ในการตั้งชื่อมากนัก

ด้านการนำเสนอเนื้อหา สาเหตุที่พบแนวคิดการนำเสนอสังคมมากที่สุดเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนานี้ส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นอย่างมาก ประชาชนเกิดความทุกข์ คือ ไม่สามารถออกไปทำงานได้ จึงเกิดความขาดแคลนทางด้านรายได้ นอกจากนี้ยังกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ รองลงมา คือ แนวคิดการนำเสนอด้านสัจธรรมของมนุษย์ แสดงให้เห็นว่า เมื่อเกิดโรคระบาดนี้ประชาชนหันมาช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกันมากขึ้น ทุกคนต่างเข้าใจในความเปลี่ยนแปลงและรับมือต่อสถานการณ์ได้เป็นอย่างดีด้วยความร่วมมือ แนวคิดการนำเสนอด้านธรรมชาติ พบว่า ผู้ประพันธ์ไม่ได้กล่าวถึงธรรมชาติโดยตรง แต่นำธรรมชาติมาใช้ให้เกิดภาพของความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นจากการได้ฟื้นฟูและแนวคิดด้านความรักพบน้อยที่สุดเนื่องจากกล่าวถึงความรักที่แสดงในบทร้อยกรองเป็นการแสดงเกี่ยวกับความคิดถึงหรือคะนึงหา เช่น หลานแสดงความคิดถึงยายเพราะไม่สามารถกลับไปหาได้เพราะระยะทาง คุณครูแสดงความคิดถึงนักเรียนเพราะต้องหยุดการเรียนการสอนเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนา เป็นต้น

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำผลวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้ผู้ที่สนใจได้รับทราบ เช่น ผู้อ่าน ผู้เขียน หรือผู้วิจารณ์บทร้อยกรอง

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อเรื่องและการนำเสนอเนื้อหาในบทร้อยกรองเรื่องอื่น ๆ เช่น บทร้อยกรองที่เกี่ยวกับสังคม การเมืองและเศรษฐกิจ บทประพันธ์ในรางวัลพานแว่นฟ้า และนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะทำให้เห็นความหลากหลาย

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มานำเสนอผลงานครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2534). *องค์การกับมนุษย์สัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : อักษรวิทยา.

ชุติมา บุญอยู่. (2549). *วิเคราะห์โครงสร้างภาษาและกลวิธีการตั้งชื่อภาพยนตร์ไทย ในช่วง 2 ทศวรรษ (พ.ศ. 2526-พ.ศ. 2545)*. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ถวัลย์ มาศจรัส. (2545). *สารคดีและการเขียนสารคดี*.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธารอักษร.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

นควัฒน์ สาเระ. (2550). *การตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี : ความสัมพันธ์ระหว่างชื่ ร้านค้ากับวิถีชีวิตในชุมชน*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ภาษาไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤมล ปักศรีสิงห์. (2557). *วิเคราะห์การตั้งชื่อบทความในชีวจิต*.สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ปรานี พรหมจรรย์. (2531). *วิเคราะห์เรื่องสั้นของ ร.จันทะพิมพะ ในแง่กลวิธีการแต่ง ศิลปะการใช้ภาษาและแนวคิด*. สงขลา: มหาวิทยาลักทักษิณ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น จำกัด.

วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้าและคณะ. (2560). *ศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติ ในคอลัมน์เรื่องจากปกของนิตยสาร ค.คน Magazin*. บทความวิจัยมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วันเนาว์ ยูเด็น. (2532). *การศึกษาเรื่องกลอน*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญพัฒน์.

วิจินตน์ ภาณพงศ์. (2542). *โครงสร้างของภาษาไทย : ระบบไวยากรณ์*. กรุงเทพฯ: คุณพิณอักษรกิจ.

วีรวัฒน์ อินทรพร. (2545). *ทักษะการเขียน*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2534). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สาคร ศรีดี. (2545). *วิเคราะห์หลักพุทธจริยธรรมที่ปรากฏในเพลงพื้นบ้านจังหวัดสุพรรณบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณีเพลงอีแซว*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาจริยศาสตร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

อนุมานราชธน, พระยา. (2514). *พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรมอังกฤษ-ไทย*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

อุปกิตศิลปสาร, พระยา. (2545). *หลักภาษาไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

“โควิดเปลี่ยนเรา เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก”. (2563). *ชื่อบทประพันธ์ที่ผ่านการคัดเลือก*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563, จาก : https://www.facebook.com /โควิดเปลี่ยนเรา-เรื่องเล่าเปลี่ยนโลก.

กลุ่มย่อยที่ 4

โลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สี่ และความแตกต่างของปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สาม และผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สี่

FACTORS USED IN SELECTING FOURTH-PARTY LOGISTICS SERVICE PROVIDERS AND THE DIFFERENCE OF FACTORS USED IN SELECTING BETWEEN THIRD-PARTY LOGISTICS PROVIDERS AND FOURTH PARTY LOGISTICS SERVICE PROVIDES

กมลชนก เจียมอนุกูลกิจ
กลุ่มสาขาวิชาโลจิสติกส์และระบบขนส่งทางราง คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
E-mail: Kamolchanok.jiamanukulkij@gmail.com

ผศ.ดร.เดชรัตน์ สัมฤทธิ์
กลุ่มสาขาวิชาโลจิสติกส์และระบบขนส่งทางราง คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
E-mail: dettoy999@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการประเมินสำหรับการคัดเลือก 4PLs และเพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่าง 3PLs และ 4PLs โดยใช้การศึกษาและทบทวนวรรณกรรม โดยเป็นเอกสารเชิงหลักการ (conceptual paper) ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้าน (1) Logistics cost (2) Integrate operation และ (3) IT compatibility ได้ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 3 อันดับแรกในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs และ 4PLs สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่แตกกต่างกันเนื่องมากจาก Core competency ของทั้งสองธุรกิจแตกต่างกัน โดย 3PLs เน้นการดูแลกระบวนในการปฏิบัติงาน และผลการดำเนินงานโดยใช้สินทรัพย์ที่จับต้องได้ เนื่องจากต้องบริหารทรัพย์สินให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งต่างจาก 4PLs ที่มีทรัพย์สินเฉพาะด้าน IT และมีหน้าที่ในการจัดการกระบวนการทำงานตลอดโซ่อุปทาน จึงเน้นการพัฒนาระบบ IT เพื่ออำนวยความสะดวก และบูรณาการกระบวนการทำงานทั้งโซ่อุปทาน

คำสำคัญ: การคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สี่, ความสามารถในการรวมระบบทั้งห่วงโซ่อุปทาน, การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งห่วงโซ่อุปทาน

ABSTRACT

Objectives of this research were to study the assessment factors for 4PLs selection and to study the differences in logistics service provider selection factors between 3PLs and 4PLs using studies and literature review. The work was presented as a conceptual paper. The results of the study revealed that the factors of (1) Logistics cost (2) Integrate operation and (3) IT compatibility. Top 3 most mentioned and the analysis of the differences between the factors used in the selection 3PLs and 4PLs can be summarized as follows: 3PLs oversee the operational process. And operating results from the use of assets and resources These 4PLs have specialized IT assets and are responsible for managing work processes throughout the supply chain. It is responsible for the development of IT systems to facilitate and integrate the entire supply chain.

Keywords: Fourth Party Logistics Service Providers selection, Integrate operation, IT compatibility

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัวผลักดันให้แต่ละองค์กรมีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจร่วมกับพันธมิตรด้านโลจิสติกส์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยเฉพาะกระบวนการทำงานด้านโลจิสติกส์ขนส่งในประเทศไทย หลายองค์กรกำลังปรับกลยุทธ์การจ้างงานโลจิสติกส์จากผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สาม (3PLs) เป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สี่ (4PLs) ดังนั้นผู้ให้บริการโลจิสติกส์จะต้องตื่นตัวและพัฒนารูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับแนวโน้มนี้ เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์กับผู้ว่าจ้างในระยะยาว และเพิ่มโอกาสในการดำเนินงานในอนาคต (ไพฑูรย์ จิรานันตรัตน์, 2563)

รูปแบบธุรกิจ 4PLs มุ่งเน้นการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงเป็นผู้จัดการทรัพยากรทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง และเป็นที่ปรึกษาในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และวิธีการจัดการภายในห่วงโซ่อุปทานให้กับผู้ว่าจ้าง ต่างจากรูปแบบธุรกิจ 3PLs ที่เน้นการปฏิบัติงานบนพื้นฐานของสิ่งที่จับต้องได้ (Fadile, Latifa et al., 2018) โดยธุรกิจ 4PLs สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ประกอบไปด้วย **Solution Integrator Model** มุ่งเน้นการรวมทรัพยากรของ 3PLs ทุกราย และเทคโนโลยีของ 4PLs ทั้งหมดเข้าด้วยกัน เพื่อนำเสนอการจัดการและสร้างแนวทางการทำงานทั้งโซ่อุปทานด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจร ซึ่งรูปแบบการให้บริการจะเป็นแบบเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม จะมีความแตกต่างจาก **Synergy plus model** ที่อาศัยความสัมพันธ์ในการทำงานระหว่าง 4PLs และ 3PLs เป็นการทำงานร่วมกันหรือเป็นธุรกิจเดียวกัน เพื่อเสนอแผนในการจัดการโซ่อุปทาน และสร้างแนวทางในการทำงานทั้งโซ่อุปทานด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจรที่หลากหลาย สำหรับลูกค้าในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือเสนอบริการหลากหลายแบบให้แต่ละบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน สุดท้าย **Industry innovator model** เป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ซับซ้อน ผู้ให้บริการ 4PLs มีการจัดการโซ่อุปทานและสร้างแนวทางในการทำงานทั้งโซ่อุปทานด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจรสำหรับลูกค้าหลายอุตสาหกรรม และสามารถให้บริการข้ามห่วงโซ่อุปทาน (Buyukozkan, Gulcin, et al., 2009)

ดังนั้นองค์กรที่เพิ่งเริ่มเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจร่วมกับพันธมิตรด้านโลจิสติกส์จาก 3PLs มาเป็น 4PLs จะต้องกำหนดปัจจัยการคัดเลือกใหม่ เนื่องจากการดำเนินงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ทั้งสองมีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัยเรื่องนี้ขึ้นมาเพื่อรวบรวมปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน 4PLs ขอบเขตของ

การวิจัยเป็นการทบทวนวรรณกรรมจากวารสาร หนังสือ และงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก และองค์ประกอบการดำเนินงานผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านขนส่ง 3PLs และ 4PLs ทั้งในและต่างประเทศจำนวน 18 งาน โดยตีพิมพ์และเผยแพร่ตั้งแต่ปี 2007 ถึง 2019 ซึ่งนักวิชาการสามารถใช้ผลจากการศึกษาครั้งนี้นำไปพัฒนารูปแบบการตัดสินใจในการประเมินและคัดเลือก 4PLs และองค์กรธุรกิจต่าง ๆ สามารถใช้เกณฑ์การประเมินเพื่อเลือก 4PLs ของตนได้ในอนาคตอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาปัจจัยการประเมินสำหรับการเลือก 4PLs

(2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่าง 3PLs และ 4PLs

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

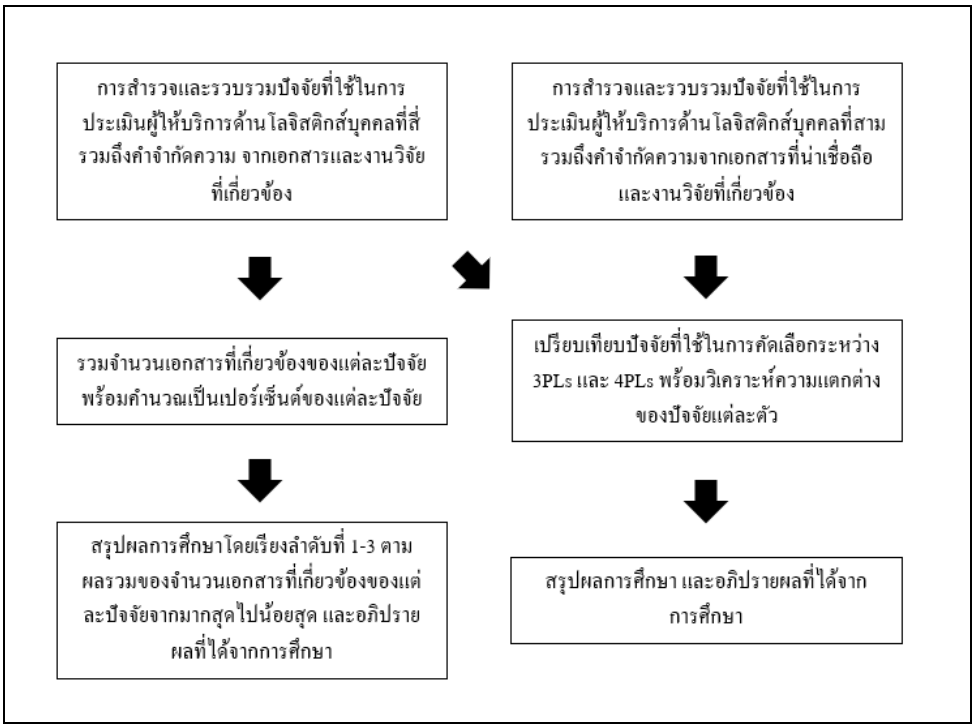
3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Fourth Party Logistics Service Providers Selection ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์บุคคลที่สี่ มีหน้าที่เป็นเหมือนพ่อค้าคนกลางของโซ่อุปทานในการรวบรวม จัดการความสามารถ และจัดสรรทรัพยากรทั้งหมดของ 4PLs เองรวมไปถึงทรัพยากรของ 3PLs อย่างเหมาะสมให้กับแต่ละหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน (Buyukozkan, Gulcin, et al., 2009) ดังนั้นการคัดเลือก 4PLs จึงมีผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งผลของการคัดเลือก 4PLs ที่เหมาะสมจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในงานหลักขององค์กร และเพิ่มความสามารถของโซ่อุปทานส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Raut, Rakesh et al., 2018)

Integrate operation ความสามารถในการดำเนินการรวมระบบ และจัดการทรัพยากรทั้งห่วงโซ่อุปทานด้วยความสามารถของ 4PLs และจากความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Buyukozkan, Gulcin et al., 2009)

IT compatibility การออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุปทานหรือการเชื่อมต่อระบบของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน เพื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างซอฟต์แวร์และฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่สามารถประมวลและแสดงผลได้ (Kayikci, Yasanur, 2018, Page 785)

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการทบทวนวรรณกรรม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากวารสาร หนังสือ และงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก และองค์ประกอบการดำเนินงานผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านขนส่ง 4PLs ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งการเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความชัดเจนของการระบุปัจจัยและองค์ประกอบ จากการค้นหาเอกสารทั้งหมด 27 งานมีเพียงแค่ 8 งานเท่านั้นที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ซึ่งตีพิมพ์และเผยแพร่ภายในปี 2007 เป็นต้นไป

4.4.2 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกและองค์ประกอบการดำเนินงานผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านขนส่ง 3PLs ในแต่ละอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศ ทั้งหมด 38 งานมีเพียงแค่ 10 งานเท่านั้นที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ซึ่งเอกสารที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรมจะต้องตีพิมพ์และเผยแพร่ระหว่างปี 2007 จนถึงปัจจุบัน

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5.1 หลังจากรวบรวมปัจจัยได้แล้วจึงสรุปรวมจำนวนเอกสารที่เกี่ยวข้องของแต่ละปัจจัย พร้อมคำนวณเป็นเปอร์เซ็นต์ของแต่ละปัจจัย

ตารางที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs

ลำดับ	ปัจจัยรองที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs	อ้างอิง								จำนวนงานอ้างอิงรวม (หน่วยงาน)	จำนวนงานอ้างอิงรวม (หน่วยเปอร์เซ็นต์)
		ทิพย์รัตน์ จุฑากิสิทธิ์, 2550, หน้า 28	Win, Alan, 2008, Page 678-679	Cheng, Jao H., Chen, Shinann S., & Chuang, Yu., 2008, Page 476	Buyukozkan, Gulcin, Feyzioglu, Orhan, & Ersoy, Mehmet S., 2009, Page 117-118	Papadopoulou, E.M., Manthou, V., & Vlachopoulou, M., 2013, Page 178	Kayikci, Yasanur, 2018, Page 786-787	Balezentis, Alvydas, & Balezentis, Tomas, 2011, Page 37-56	ศุภากรณ์ พวงสมบัติ และพุทธิวัฒ ศิรพัฒ, 2562, หน้า 39-40		
1	ค่าดำเนินการด้านโลจิสติกส์ตลอดสัญญา (Logistics cost)	X	X	X	X		X	X		6	10%
2	ประสบการณ์ในการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน (Experience in supply chain integration)		X	X						2	3%
3	ความน่าเชื่อถือในการดำเนินงาน (Reliability)						X		X	2	3%
4	สถานที่ดำเนินงานมีความเหมาะสม (Land use impact)						X	X	X	3	5%
5	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเชิงป้องกัน (Problem solving ability)			X						1	2%
6	การจัดการประสิทธิภาพการบริการ (Service performance management)			X	X		X			3	5%
7	การจัดการและมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการขนส่งอย่างเป็นรูปธรรม (Safety management)						X			1	2%
8	มาตรการเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบแรงงาน (Labor patterns)						X			1	2%
9	การจัดการสุขภาพพนักงานขับรถของ 3PLs และติดตามผลประจำปี (Health of worker management)						X			1	2%
10	การจัดการและมาตรฐานการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกซ์ไซด์ (Pollutions management)						X		X	2	3%
11	การจัดการและมาตรฐานการกำจัดขยะ (Waste management)						X		X	2	3%
12	ความสามารถที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้ว่าจ้างได้ (Flexibility)	X			X		X			3	5%
13	ความสามารถในการจัดการงานที่ได้รับมอบหมายไปยังพนักงานปฏิบัติการทุกระดับ (Management competency)				X	X				2	3%
14	ความสามารถในการดำเนินการรวมระบบ และจัดการทรัพยากรทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Integrate operation)	X	X	X	X	X				5	8%
15	ความสามารถในการออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ได้ (New process design)		X			X				2	3%
16	ความสามารถในการประสานงานกับทุกหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน (Coordination)	X	X			X			X	4	7%
17	ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT competency)			X	X				X	3	5%
18	เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุปทาน (IT compatibility)	X		X	X	X	X			5	8%
19	การนำและ/หรือคิดค้นนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ (Development Innovation & Technology)					X	X		X	3	5%
20	เน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Development IT)	X				X				2	3%
21	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม (Facility)						X		X	2	3%
22	ศูนย์กลางการติดต่อของทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Center of contact)	X	X	X		X				4	7%
รวม										**59**	**100%**

4.5.2 เปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกระหว่าง 3PLs และ 4PLs ตามตารางที่ 2 พร้อมวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยแต่ละตัว

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs และ 4PLs

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยรองที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs*	ปัจจัยรองที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs	สรุปความแตกต่างระหว่างปัจจัยรองที่ใช้ในการคัดเลือก 3PL และ 4PLs
1	ต้นทุน (Cost)	ราคาค่าขนส่งสินค้าในแต่ละเที่ยว (Price of transport)	ค่าดำเนินการด้านโลจิสติกส์ (Logistics cost)	4PLs จะรวมเอาค่าใช้จ่ายในกิจกรรมอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นจาก 3PLs มาเฉลี่ยรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายต่อการดำเนินงานด้วย
2	ประสบการณ์ (Experience)	ประสบการณ์การให้บริการขนส่งในอุตสาหกรรมที่คล้ายกัน (Experience in the similar industry)	ประสบการณ์ในการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน (Experience in supply chain integration)	มีความแตกต่างกันอย่างมาก 3PLs เน้นประสบการณ์ด้านการปฏิบัติการ แต่ในขณะที่ 4PLs ต้องมีประสบการณ์ในการจัดการ
3	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความมั่นคงทางการเงิน (Financial stability)	ความน่าเชื่อถือในการดำเนินงาน (Reliability)	3PLs จะต้องเป็นเจ้าของทรัพย์สินถึงจะสามารถดำเนินการได้ แต่ 4PLs จะต้องอาศัยความน่าเชื่อถืออื่นๆ เช่น การบอกต่อหรือการแนะนำผลงานของลูกค้าเดิม หรือการเสนอผลงานที่ผ่านมาเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือ เป็นต้น
4	การแก้ไขงาน (Solving)	สนใจและรีบจัดการงานที่ต้องปรับปรุง (Reactions to reclamation)	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเชิงป้องกัน (Problem solving ability)	3PLs เน้นการแก้ไขเฉพาะหน้าเน้นความรวดเร็วและไม่ซับซ้อน แต่ 4PLs เน้นการวิเคราะห์ลงลึกถึงสาเหตุที่แท้จริงนอกจากการแก้ไขเฉพาะหน้าแล้ว จะเน้นการแก้ไขในระยะยาวเชิงป้องกันอีกด้วย
5	ความปลอดภัย (Safety)	จำนวนอุบัติเหตุระหว่างการขนส่งสินค้า (Transportation accidents)	การจัดการและมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการขนส่งอย่างเป็นรูปธรรม (Safety management)	3PLs เน้นการตรวจสอบก่อนปฏิบัติงานและผลการดำเนินงาน แต่ 4PLs จะเน้นการกำหนดมาตรฐานและจัดการให้ 3PLs ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด
6	ผลการปฏิบัติงาน (Performance)	ความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า (Delivery time)	การจัดการประสิทธิภาพการบริการ (Service performance management)	3PLs เน้นผลการปฏิบัติงานแต่ 4PLs จะเน้นการจัดการเชิงป้องกันให้ 3PLs ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด
7		ส่งสินค้าถูกสถานที่ปลายทาง (Correct delivery location)		
8		จำนวนครั้งที่เกิดความสูญเสียและความเสียหายกับสินค้า (Loss & Damage frequency)		
9		จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า (Claim from customer)		
10	พนักงาน (Employee)	นโยบายทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นรูปธรรม (Human resource policies)	มาตรการเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบแรงงาน (Labor patterns)	3PLs เน้นการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนด แต่ 4PLs จะเน้นการกำหนดมาตรฐานและจัดการให้ 3PLs ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด
11			การจัดการสุขภาพพนักงานขับรถของ 3PLs และติดตามผลประจำปี (Health of worker management)	
12	สิ่งแวดล้อม (Environment)	รถขนส่งปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกซ์ไซด์ตามที่ระเบียบกำหนด (Environment)	การจัดการและมาตรฐานการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกซ์ไซด์ (Pollutions management)	3PLs เน้นการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนด แต่ 4PLs จะเน้นการกำหนดมาตรฐานและจัดการให้ 3PLs ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด
13			การจัดการและมาตรฐานการกำจัดขยะ (Waste management)	
14	การดำเนินงาน (Operation)	ความสามารถในการดำเนินงานตามสัญญาจ้าง (Logistics capacity)	ความสามารถที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้ว่าจ้างได้ (Flexibility)	3PLs การจัดการเฉพาะภายในองค์กรของตนเอง ซึ่ง 4PLs จะต้องเพิ่มการจัดการการดำเนินงาน และความสามารถต่างๆ ในการดูแลทั้งห่วงโซ่อุปทาน
15		ความเสถียรภาพในการจัดการ (Management stability)	ความสามารถในการจัดการงานที่ได้รับมอบหมายไปยังพนักงานปฏิบัติการทุกระดับ (Management competency)	
16			ความสามารถในการดำเนินการรวมระบบ และจัดการทรัพยากรทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Integrate operation)	
17			ความสามารถในการออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ได้ (New process design)	
18			ความสามารถในการประสานงานกับทุกหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน (Coordination)	
19	นวัตกรรม (Innovation)	การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ (Technology)	การนำและหรือคิดค้นนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ (Development Innovation & Technology)	3PLs จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านใดด้านหนึ่งจากการออกข้อกำหนดจากผู้ว่าจ้าง ในขณะที่ 4PLs จะมีการนำหรือพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีมาใช้อย่างต่อเนื่องในกระบวนการที่ต้องมีการเพิ่มเติม หรือปรับปรุงแก้ไข เพื่อใช้ในห่วงโซ่อุปทาน
20	เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)	ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT competency)	ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT competency)	3PLs จะใช้ IT ขั้นพื้นฐานใช้ในการปฏิบัติงานภายในองค์กร ขณะที่ 4PLs จะมีความสามารถในพัฒนาด้าน IT เป็นหลักเพื่อใช้ในห่วงโซ่อุปทาน
21			เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุปทาน (IT compatibility)	
22	การปรับปรุง (Improvement)	การพัฒนาเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement)	เน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Development IT)	3PLs และ 4PLs จะเน้นการพัฒนาในส่วนที่เป็น Core competency ของตนเอง
23	สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)	สิ่งอำนวยความสะดวกตามข้อตกลง (Facility)	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม (Facility)	มีความแตกต่างอย่างมาก 3PLs จะเน้นฐานปฏิบัติงานใกล้ๆ กับที่รับ-ส่งสินค้าเป็นหลัก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนสินทรัพย์มากกว่า เช่นรถบรรทุก อุปกรณ์ซ่อมบำรุงรถ โรงซ่อม เป็นต้น
24		ศูนย์ควบคุมอยู่ใกล้กับสถานที่รับสินค้าต้นทาง (Location)	สถานที่ดำเนินงานมีความเหมาะสม (Land use impact)	
25	ศูนย์รับเรื่อง (Center)	ผู้รับรับเรื่อง และดูแลรับผิดชอบเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน (Contact persons in urgency)	ศูนย์กลางการติดต่อของทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Center of contact)	3PLs จะติดต่อโดยตรงกับแผนกที่ปฏิบัติงานควบคุม 3PLs เฉพาะเรื่องการส่งแผนงานและรับข้อร้องเรียนจะลูกค้าเท่านั้น แต่ในส่วนของ 4PLs จะต้องมีบุคลากรและ IT สนับสนุนเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางของข้อมูลทั้งหมด ตั้งแต่วางแผนจัดสรร 3PLs การส่งแผนงาน การรับข้อร้องเรียน เป็นต้น

5. ผลการวิจัย

5.1 สรุปผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 8 งาน สามารถแบ่งเป็น 22 ปัจจัย ตามตารางที่ 1 สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ เอกสารอ้างอิงส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า Logistics cost (1) เป็นปัจจัยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้าน Integrate operation (14) และ IT compatibility (18) ถูกกล่าวถึงในการทบทวนวรรณกรรมในลำดับที่เท่า ๆ กัน ซึ่งเป็นปัจจัยใจที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการทั้งหมด และปัจจัยที่เหลืออื่น ๆ ตามลำดับ

5.2 เปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด 10 งาน กับปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 4PLs จากข้อ 4.1 ตามตารางที่ 2 เพื่อศึกษาช่องว่างความแตกต่างของทั้งสองธุรกิจแต่ละปัจจัย โดยคอลัมน์ปัจจัยหลักเป็นการแยกปัจจัยรองตามหมวดหมู่ และลักษณะของกิจกรรมที่เหมือนหรือคล้ายกัน เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ความแตกต่าง ปัจจัยรองหมายถึงปัจจัยแยกย่อยและให้ความหมายในเชิงลึกได้จากการทบทวนวรรณกรรม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs และ 4PLs ในภาพรวมสามารถสรุปตามลักษณะความสามารถหลัก (Core competency) ได้ดังนี้

ความสามารถด้านการจัดสรรทรัพยากรที่จับต้องได้ เนื่องจาก 3PLs มีความเป็นเจ้าของสินทรัพย์และทรัพยากรต่าง ๆ ดังนั้นต้องจัดสรรสินทรัพย์และทรัพยากรของตนเองที่ไม่ใช่ระบบ IT ในกระบวนการปฏิบัติงานให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดซึ่งเป็น Core competency ของ 3PLs ซึ่ง 4PLs ที่ไม่มีทรัพย์สินดังกล่าวจะมีหน้าที่สนับสนุนในการกำหนดมาตรฐาน และกำกับการปฏิบัติของ 3PLs รวมถึงควบคุมการจัดการทรัพยากรของ 3PLs เพื่อมีประสิทธิภาพที่สุด (ตารางที่ 2 ข้อ 3-19 และ 23-24)

ความสามารถด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของ 3PLs ไม่ใช่งาน Core competency ดังนั้นจะนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศระดับพื้นฐานมาใช้ในองค์กรของตนเองเท่านั้น แต่ในส่วนของ 4PLs ที่มีหน้าที่ในการจัดการกระบวนการทำงานตลอดโซ่อุปทาน จะต้องมีความสามารถในการพัฒนาด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวก และบูรณาการกระบวนการทำงานทั้งโซ่อุปทาน (ตารางที่ 2 ข้อ 1-2, 20-22 และ 25)

6. อภิปรายผล

6.1 อภิปรายผลจากผลการวิจัยตามข้อ 5.1 ประเด็นสำคัญที่พบจากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมาอภิปรายเพื่อสรุปข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้งดังนี้

Logistics cost เป็นปัจจัยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด ซึ่งมีความขัดแย้งกับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น ในการเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยจะขึ้นอยู่กับแต่ละประเภทอุตสาหกรรม กรณีตัวอย่างเช่นในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคสนใจที่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ยืดหยุ่นมากกว่า และให้ข้อสรุปไว้ว่าต้นทุนโลจิสติกส์ คือประโยชน์หลักที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์บุคคลที่สี่ ซึ่งไม่ใช่ปัจจัยในการคัดเลือกนั้นเอง (ทิพย์รัตน์ จุฑาภิสิทธิ์, 2550)

Integrate operation 4PLs มีหน้าที่ในการบูรณาการความต้องการและอุปทานของทั้งห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกันอย่างเหมาะสม (Win, Alan, 2008) ซึ่งสอดคล้องกับ ตัวอย่างกรณีศึกษาในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ให้ความสนใจกับปัจจัยการรวบรวมห่วงโซ่อุปทานเป็นอันดับหนึ่ง เช่นเดียวกับผู้เชี่ยวชาญอื่นมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านความสามารถในการรวมโซ่อุปทานมีความสำคัญมากกว่าที่สุด (ทิพย์รัตน์ จุฑาภิสิทธิ์, 2550)

IT compatibility ความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุปทาน เป็นลำดับถัดไปที่ถูกกล่าวถึงในการทบทวนวรรณกรรม มีความสอดคล้องกันกับงานวิจัยอื่นที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินการรวมระบบและจัดการทรัพยากรทั้งห่วงโซ่อุปทาน จากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการระบบรวมกันทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Vaidyanathan, Ganesh, 2005)

6.2 อภิปรายผลจากผลการวิจัยข้อ 5.2 ประเด็นสำคัญในการเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก 3PLs และ 4PLs ตามลักษณะความสามารถหลัก โดยนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

ความสามารถด้านการจัดสรรทรัพยากรที่จับต้องได้ ในส่วนของ 3PLs จะเน้นการปฏิบัติงาน และผลการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ทิพย์รัตน์ จุฑาภิสิทธิ์ (2550) กล่าวว่า 3PLs จะเน้นการทำงานในระดับปฏิบัติการเป็นหลักเนื่องจากต้องการบริหารสินทรัพย์และทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และในส่วนของ 4PLs ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของกระบวนการดำเนินงาน ไม่มีสินทรัพย์และทรัพยากรต่าง ๆ ที่ไม่ใช่งานด้านระบบ IT ดังนั้น 4PLs จึงมีหน้าที่ในการดูแลและจัดการผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานในภาพรวม สอดคล้องกับ Cheng, Jao H., et al., (2008) กล่าวไว้ว่า 4PLs มีบทบาทในการประเมิน และจัดการความสามารถ และทรัพยากรของคู่ค้าทั้งหมดอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสามารถด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากความสามารถดังกล่าวไม่ใช่งานหลักของ 3PLs ดังนั้นจะนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศระดับพื้นฐานมาใช้ในองค์กรของตนเองเท่านั้น ทิพย์รัตน์ จุฑาภิสิทธิ์ (2550) ให้ความเห็นไว้ว่า 3PLs จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในงานบางส่วนในองค์กรของตนเองเท่านั้น แต่ 4PLs จะเน้นความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับ Win, Alan (2008) กล่าวไว้ว่าการเลือก 4PLs ต้องจัดหารายที่ประสบความสำเร็จด้านเทคโนโลยี มีทักษะในการสร้างและดูแลรักษาระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) นักวิชาการสามารถใช้ผลจากการศึกษาครั้งนี้นำไปพัฒนารูปแบบการตัดสินใจในการประเมินและคัดเลือก 4PLs ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ

(2) องค์กรธุรกิจต่าง ๆ สามารถใช้ผลจากการศึกษาในการประเมินเพื่อเลือก 4PLs ของตนในอนาคต

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาปัจจัยที่ใช้คัดเลือก 4PLs ในภาพรวม ซึ่งยังไม่ได้ลงลึกในระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ที่สนใจสามารถนำงานวิจัยเรื่องนี้ไปต่อยอดจัดทำเกณฑ์การคัดเลือก 4PLs ของแต่ละอุตสาหกรรมแบบลงลึก โดยให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันปัจจัยที่ครอบคลุม และคัดกรองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้น ๆ

(2) เพื่อให้เกณฑ์การประเมินน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มน้ำหนักความสำคัญที่ใช้ในการประเมินปัจจัยแต่ละตัว จากการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์การตัดสินใจด้วยวิธีต่าง ๆ

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์เดชรัตน์ สัมฤทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำจนงานเสร็จสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูง

9. เอกสารอ้างอิง

กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์. (2563). *เศรษฐกิจแบบแบ่งปันในภาคบริการโลจิสติกส์* [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]./เศรษฐกิจแบบแบ่งปันในภาคบริการโลจิสติกส, 3(1), หน้า 6.

กันต์ธมน สุขกระจ่าง และธราธร กูลภัทรนิรันดร์. (2554). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งของกลุ่มผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำ โดยวิธีการวิเคราะห์*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.*

ทิพย์รัตน์ จุฑาภิสิทธิ์. (2550). *ผลกระทบต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์แบบบุคคลที่สี่ในอุตสาหกรรมประกอบยายนต์และสินค้าอุปโภคบริโภค*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะกรณ์ สุนทรวัฒน์. (2553). *ปัจจัยในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยรถบรรทุก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

ไพฑูรย์ จิรานันตรัตน์. (2020). *SCG NEWS CHANNEL*. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. https://scgnewschannel.com/th/scg-news/digital-driven-logistics/

Aguezzoul, Aicha. (2009). the third party logistics selection a review literature. International Logistics and Supply Chain Congress' 2007, 1, pp. 3. file:///C:/1.%20Master%20dregree/IS/44.%20the%20third%20party%20logistics%20selection%20a%20review%20literature.pdf*

Buyukozkan, Gulcin, Feyzioglu, Orhan, & Ersoy, Mehmet S. (2016). *Evaluation of 4PL operating models: A decision making approach based on 2-additive Choquet integral*. Elsevier, 121(1), pp. 117-118. doi:10.1016/j.ijpe.2008.03.013

Chen, Yuh J. (2010). *Structured methodology for supplier selection and evaluation in a supply chain*. Elsevier, 181, pp. 1652. doi:10.1016/j.ins.2010.07.026*

Cheng, Jao H., Chen, Shiuann S., & Chuang, Yu W. (2008). *An Application of Fuzzy Delphi and Fuzzy AHP for Multi-criteria Evaluation Model of Fourth Party Logistics*. National Yunlin University of Science and Technology.*

Domingues, Maria L., Reis, Vasco, & Macario, Rosario. (2015). *A comprehensive framework for measuring performance in a thirdparty logistics provider*. Elsevier, 10, pp. 669-671. doi:10.1016/j.trpro.2015.09.020*

Fadile, Latifa, Oumami, Mohamed E., & Beidouri, Zitouni. (2018). *Logistics outsourcing: A review of basic concepts. Researchgate*, 7(3), pp. 64-66. https://www.researchgate.net/publication/326253627_Logistics_outsourcing_A_review_of_basic_concepts

Gupta, Rajesh, Sachdeva, Anish, & Bhardwaj, Arvind. (2010). *Selection of 3pl Service Provider using integrated fuzzy delphi and fuzzy topsis*, 2, pp. 2. https://www.researchgate.net/publication/49586842*

John, Gattorna, & Jones, Theresa. (1998). *Fourth-party logistics en route to breakthrough performance in the supplychain,* (5). Hampshire: Gower Publishing Limited.

Liu, Hao T., & Wang, Wei K. (2009). *An integrated fuzzy approach for provider evaluation and selection in third-party logistics*. Elsevier, 36(3), pp. 4387-4398. doi:10.1016/j.eswa.2008.05.030*

Raut, Rakesh, Manoj, Kharat, Kamble, Sheetal, & Kumar, Chandra S. (2018). *Sustainable evaluation and selection of potential third-party logistics (3PL) providers*. Emerald, 25(1), pp. 76-97. doi:10.1108/BIJ-05-2016-0065

Sahu, Nitin K., Datta, Saurav, & Mahapatra, Siba S. (2015). *Fuzzy based appraisement module for 3PL evaluation and selection*. National Institute of Technology.

Stevic, Zeljko, and others. (2019). *Evaluation of suppliers under uncertainty: A multiphase approach based on fuzzy ahp and fuzzy edas*. Transport, 34(1), pp.54. doi:10.3846/transport.2019.7275*

Vaidyanathan, Ganesh. (2005). *A framework for evaluating third-party logistics*. Communications of the ACM, 48(1), pp. 89-94. doi:10.1145/1039539.1039544

Win, Alan. (2008). *The value a 4PL provider can contribute to an organisation*. Emerald, 38(9), pp. 678-679. https://www.researchgate.net/publication/235300808_The_value_a_4PL_provider_can_contribute_to_an_organisation

Yazdi, Amir K., and others. (2018). *Finding the Best Third-Party Logistics in the Automobile Industry A Hybrid Approach*. Reserachgate, pp. 8. doi:10.1155/2018/5251261*

การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน กรณีศึกษา บริษัทผลิตไม้สักแปรรูป

INCREASING EFFICIENCY OF MANUFACTURING PROCESS BY APPLYING LEAN CONCEPT: A CASE STUDY OF TEAK WOOD PRODUCTION COMPANY

กิตติ์รวี วิเชียรประดิษฐ์
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 61920221@go.buu.ac.th

เสาวนิตย์ เลขวัต
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: saowanit.le@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการไม้สักแปรรูป โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน โดยการบันทึกข้อมูลด้วยแผนภูมิการไหลของกระบวนการ (Flow Process Chart) และใช้แผนผังก้างปลา ในการวิเคราะห์และหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา จากนั้นได้ประยุกต์ใช้หลักการ ECRS ช่วยในการกำจัดความสูญเปล่าในกระบวนการและการจัดวางผังการผลิตเพื่อให้เกิดการไหลของงานที่ดีขึ้น จากการวิเคราะห์ผลหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป พบว่า ระยะทางลดลงทั้งสิ้น 10 เมตร คิดเป็น 5.46% ระยะเวลาลดลงทั้งสิ้น 139 นาที คิดเป็น 0.92% หรือ คิดเป็น 19.83% (ไม่รวมเวลาอบไม้ 10 วัน) และขั้นตอนในการทำงานลดลงทั้งสิ้น 2 ขั้นตอน คิดเป็น 6.45%

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, กระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป, แนวคิดแบบลีน

ABSTRACT

The aim of this research is to increase efficiency of teak wood production process and reduce wastes. The lean tools that have been used in this study include flow process chart, causes and effect diagram in order to find the causes of the wastes. Then, ECRS concept and layout concept are applied to reduce the wastes. As a result, the study found that distance could be reduced 10 meters or 5.46%. The processing time is reduced by 139 minutes or 0.92% or 19.83% (incase excluding wood baking process 10 days). The step is deducted 2 steps or 6.45%.

Keywords: efficiency, teak wood production process, lean concept

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

จากภาพรวมอุตสาหกรรมไม้แปรรูปที่ขยายตัวดีในช่วงที่ผ่านมา จูงใจให้มีผู้ประกอบการไม้แปรรูปรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ขณะที่รายเดิมก็ทำการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับวัตถุดิบไม้ที่ออกมาต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันภาคธุรกิจในปัจจุบันสูงมากขึ้น จึงต้องใช้ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการเป็นหลัก ซึ่งถ้าหากองค์กรหรือสถานประกอบการมีขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต่ำกว่า ก็ยากที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ได้ ซึ่งกระบวนการทางโลจิสติกส์เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ในเรื่องของการแข่งขันได้ครบทุกด้าน โดยเฉพาะเรื่อง การลดต้นทุน การลดความสูญเสียและความสูญเปล่าในการทำงาน ในปัจจุบันแนวคิดแบบลีนเป็นที่นิยมในการนำมาปรับใช้ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากแนวคิดแบบลีนเป็นกำจัดกิจกรรมต่าง ๆที่ไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ช่วยเพิ่มโอกาสการผลิตให้มากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงและเพิ่มผลกำไรให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีทางธุรกิจ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการไม้สักแปรรูป กรณีศึกษาบริษัทไม้สักแปรรูปแห่งหนึ่งใน จ.ระยอง ซึ่งเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เช่น ประตู โต๊ะ ตู้ เตียงนอน หน้าต่าง เป็นต้น โดยนำแนวคิดแบบลีนเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อต้องการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปัจจุบันจากการศึกษาพบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับวิธีการทำงาน ซึ่งในบางขั้นตอนของการดำเนินงานนั้น มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนกันและในบางขั้นตอนใช้ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมนานเกินไป ทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน ส่งผลให้มีต้นทุนในการดำเนินการผลิตที่สูงขึ้นและเกิดการส่งมอบที่ล่าช้า ไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทันเวลา และยังพบว่าตำแหน่งของสถานีการทำงานมีระยะทางในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบห่างกันมากเกินไป จึงทำให้ใช้เวลาในการเคลื่อนย้ายมากเกินความจำเป็น โดยผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงขั้นตอนกระบวนการผลิตให้มีลำดับขั้นตอนการไหลของงานให้มีความต่อเนื่องและลดความสูญเปล่าที่เกิดจากการรอคอยงานให้น้อยลง รวมถึงย้ายตำแหน่งสถานีการทำงานให้มีลักษณะเป็นเส้นตรง เพื่อลดระยะทางทำให้ใช้เวลาในการเคลื่อนย้ายน้อยลง ซึ่งส่งผลให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูงมากขึ้น ลดต้นทุนในการผลิตที่เกิดขึ้นโดยไม่จำเป็น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัทด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต โดยการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในส่วนของวิธีการทำงานในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป โดยประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน
2. เพื่อลดความสูญเปล่าในการเคลื่อนย้ายโดยไม่จำเป็น โดยปรับปรุงการจัดวางผังการผลิต

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการผลิตแบบลีน (Lean Thinking)

เป็นวิธีการที่มีระบบแบบแผนในการระบุและกำจัดความสูญเปล่า (Waste) หรือสิ่งที่ไม่เพิ่มคุณค่าภายในกระแสคุณค่าของกระบวนการ [1] โดยแนวคิดการผลิตแบบลีน เป็นแนวคิดที่ต้องการสร้างความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องให้แก่ลูกค้าได้รวมถึง มีศักยภาพบริหารงานทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร วัตถุดิบ เวลาและเครื่องจักรได้อย่างสมดุลทั้งนี้เพื่อช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน [2] และจากการทบทวนวรรณกรรม [3-5] พบว่า หลักการของการผลิตแบบลีนสามารถช่วยให้องค์กรลดต้นทุนได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ ลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงาน อีกทั้งมีศักยภาพในการส่งมอบได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

ความสูญเปล่า 8 ประการ (8 Waste)

การเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement) เน้นการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นจากการทำงาน โดยอาจการใช้แนวคิดการบริหารจัดการแบบลีน (Lean Management) เข้ามาช่วยในการค้นหาความสูญเปล่าที่มี และหาวิธีในการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการทำงาน [6] ซึ่งความสูญเปล่าในงานที่พบได้แก่ ความสูญเปล่าจากการมีของเสียมากเกินไป (Defect lost) 2. ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction lost) ความสูญเปล่าจากการรอคอยงาน (Waiting lost) ความสูญเปล่าเนื่องจากไม่มีการใช้ความคิดจากทีมงาน (None use idea from team Lost) ความสูญเปล่าเนื่องจากการขนส่งเคลื่อนย้าย (Transportation lost) โดยไม่จำเป็น ความสูญเปล่าเนื่องจากการมีสินค้าคงคลังมากเกินไป (Inventory lost) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวมากเกินไป (Motion lost) และความสูญเปล่าจากการมีกระบวนการมากเกินไป (Extra Processing)

หลักการ ECRS

เป็นหลักในการปรับปรุงงานที่สามารถใช้ในการเริ่มต้นลดความสูญเปล่า หรือ MUDA ลงได้เป็นอย่างดี [7] ดังต่อไปนี้

E = Eliminate กำจัดออก หมายถึง การพิจารณาการทำงานปัจจุบัน และทำการกำจัดความสูญเปล่าทั้ง 7 ที่พบในการผลิตออกไป คือ การผลิตมากเกินไป การรอคอย การเคลื่อนที่/เคลื่อนย้าย ที่ไม่จำ เป็น การทำงานที่ไม่เกิดประโยชน์ การเก็บสินค้าที่มากเกินไป การเคลื่อนย้ายที่ไม่จำเป็นและของเสีย

C = Combine การรวมกัน หมายถึง ความสามารถลดการทำงานที่ไม่จำเป็นลงได้ โดยการพิจารณาว่าสามารถรวมขั้นตอนการทำงานให้ลดลงได้หรือไม่

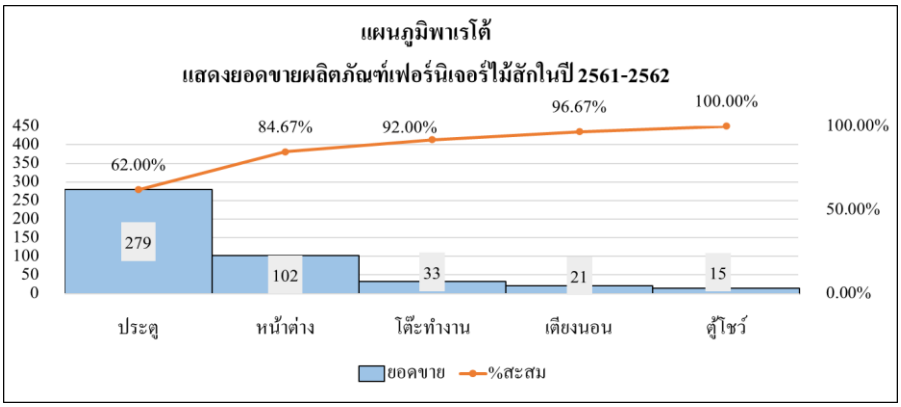
R = Rearrange การจัดใหม่ หมายถึง การจัดขั้นตอนการผลิตใหม่ เพื่อให้ลดการเคลื่อนที่เพื่อให้ลดการเคลื่อนที่ที่ไม่จำเป็นหรือการรอคอย

S = Simplify การทำให้ง่ายขึ้น หมายถึง การปรับปรุงการทำงานให้ง่าย และสะดวกขึ้น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลยอดขายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักปี 2561-2562 โดยนำแผนภูมิพาเรโต้มาประยุกต์ใช้เพื่อเลือกผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 แผนภูมิพาเรโต้แสดงยอดขายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในปี 2561-2562

จากภาพที่ 1 เป็นการอธิบายถึงกฎพาเรโต้ ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้แสดงรายละเอียดของสิ่งที่เราสนใจ โดยเรียงลำดับของรายละเอียดในแต่ละหัวข้อตามลำดับความถี่มากไปหาถี่ที่น้อยกว่า ตามหลักของกฎ 80:20 คือ การช่วยแยกส่วนน้อยที่สำคัญ ได้แก่ ประตูและหน้าต่าง ออกจากส่วนมากที่ไม่สำคัญ ได้แก่ โต๊ะทำงาน เตียงนอน ตู้โชว์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเปอร์เซ็นต์มาเป็นอันดับหนึ่ง คือ ประตูไม้สัก มาเป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

2. ศึกษาขั้นตอนการทำงานและวิเคราะห์และหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา พบว่ามีปัญหาส่วนของวิธีการทำงานที่ล่าช้า เนื่องจากปัจจุบันบริษัทไม่มีการวางแผนการทำงานให้เหมาะสม ในบางขั้นตอนของกระบวนการผลิตมีการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน และในบางขั้นตอนใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานนานมากเกินไป ทำให้เกิดความล่าช้า อีกทั้งตำแหน่งของสถานีการทำงานมีระยะทางในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบห่างกันมากเกินไป จึงทำให้ใช้เวลาในการเคลื่อนย้ายมากเกินความจำเป็น

3. ศึกษาขั้นตอนการทำงานในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูปในปัจจุบันของบริษัทกรณีศึกษา ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กรฎาคม พ.ศ. 2563 โดยกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

(1) ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าโรงงาน

(2) ขั้นตอนการแปรรูปไม้สักเป็นแผ่น

(3) ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ

(4) ขั้นตอนการนำไม้สักออกจากเตาอบหลังทำการอบแห้ง

(5) ขั้นตอนการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นประตูและบรรจุภัณฑ์

และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานทั้ง 5 ขั้นตอนหลักในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูปโดยบันทึกข้อมูลด้วยแผนภูมิการไหลของกระบวนการ (Flow Process Chart) และไดอะแกรม อาทิเช่น ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แบบฟอร์ม Flow Process Chart แสดงขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ (ก่อนปรับปรุง)

Flow Process Chart								
CHART NO. SHEET NO.3	SUMMARY							
ACTIVITY : ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ	ACTIVITY	PRESENT	PROPOSE				SAVING	
	OPERATION ○	2						
	TRANPORT ⇨	2						
	DELAY D	–						
	INSEPCTION □	–						
	STORAGE ▽	–						
	DISTRANCE (m.)	25						
	TIME (Minute)	14,480						
DESCRIPTION	TIME	DIST.	SYMBOL					Material Handling
			○	⇨	D	□	▽	
3. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ								
นำไม้สักเข้ามาที่เตาอบ	35	20		●				คน
ตั้งอุณหภูมิการอบไม้ให้แห้ง	10	–	●					–
นำไม้สักเข้าเตาอบ	35	5		●				โฟล์คลิฟท์
ทำการอบในเตาอบ 10 วัน	14,400	–	●					–

4. ทำการปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยใช้หลักการ ECRS และการจัดวางผังการผลิต โดยแสดงผลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการปรับปรุงกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป

ขั้นตอนการผลิตไม้สักแปรรูป	หลักการที่ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต				
	การกำจัด (E:Eliminate)	การรวมกัน (C:Combine)	การจัดใหม่ (R:Rearrange	การทำให้ง่าย (S:Simplify)	การจัดวางผังการผลิต (Facility Layout)
1. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้ามาในโรงงาน	-	-	-	-	-
2. ขั้นตอนการแปรรูปไม้สักเป็นแผ่น	✓	-	-	-	-
3. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ	✓	-	-	✓	-
4. ขั้นตอนการคัดแยกไม้สักหลังทำการอบแห้ง	-	-	-	✓	-
5. ขั้นตอนการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นประตูและบรรจุภัณฑ์	-	-	-	-	✓

จากตารางที่ 2 สรุปการปรับปรุงกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป ได้ดังนี้

1. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้ามาในโรงงาน ไม่มีการปรับปรุงกระบวนการ

2. ขั้นตอนการแปรรูปไม้สักเป็นแผ่น ใช้หลักการการกำจัด (E: Eliminate) เพื่อลดความสูญเปล่าในการรอคอยในส่วนการนำไม้มาวางข้างแท่นเลื่อยเพื่อรอการ Set up เครื่องเลื่อย

3. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ ใช้หลักการการกำจัด (E: Eliminate) เพื่อลดความสูญเปล่าในการรอคอยการเซทอุณหภูมิ และใช้หลักการการทำให้ง่าย (S: Simplify) ในการจัดเรียงไม้วางบนพาเลทก่อนใช้โฟล์คลิฟท์นำไม้เข้าเตาอบ

4. ขั้นตอนการคัดแยกไม้สักหลังทำการอบแห้ง ใช้หลักการการทำให้ง่าย (S: Simplify) ในการใช้รถโฟล์คลิฟท์ นำไม้สักออกจากเตาอบและนำไม้ไปเก็บในคลังวัสดุ

5. ขั้นตอนการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นประตูและบรรจุภัณฑ์ ใช้หลักการการจัดวางผังการผลิต (Facility Layout) โดยการจัดวางผังการผลิตใหม่ที่จัดตามกระบวนการ (Process Layout หรือ Functional หรือ Job – Shop) คือ การจัดเครื่องจักร เครื่องมือตามกระบวนการ โดยทำการย้ายที่เก็บรายละเอียดและลงน้ำยาเคลือบเงา ให้อยู่ใกล้กับที่ตกแต่งลายประตู สามารถลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายประตูเพื่อนำไปเก็บรายละเอียดและเคลือบเงาลงได้ รวมถึงทำการย้ายที่ทำบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ใกล้กับคลังสินค้า เพื่อให้การเคลื่อนย้ายมีลักษณะเป็นเส้นตรง ส่งผลให้ทำงานได้อย่างลื่นไหล

5. ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาหลังจากดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป สามารถลดระยะทาง ลดระยะเวลา ลดขั้นตอนที่ก่อให้เกิดความสูญเปล่าได้ ดังนี้

1. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้ามาในโรงงาน ในกระบวนการนี้ไม่มีการปรับปรุงกระบวนการ

2. ขั้นตอนการแปรรูปไม้สักเป็นแผ่น พบว่า ขั้นตอนการแปรรูปไม้สักเป็นแผ่น ใช้ระยะเวลาลดลงจาก 115 นาที เหลือ 100 นาที ซึ่งลดระยะเวลาลงทั้งสิ้น 15 นาที คิดเป็น 13.04 % และสามารถลดขั้นตอนการทำงานจากเดิมมีขั้นตอนการทำงาน 5 ขั้นตอน ลดลงเหลือ 4 ขั้นตอน สามารถลดลงไปได้ 1 ขั้นตอน คิดเป็น 20 %

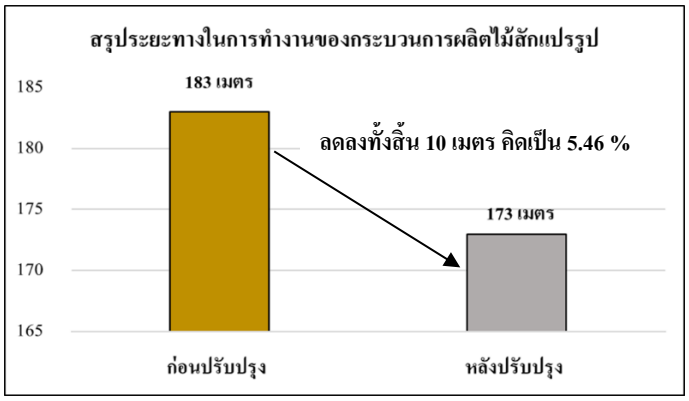
3. ขั้นตอนการนำไม้สักเข้าเตาอบ พบว่า ใช้ระยะเวลาลดลงจาก 14,480 นาที เหลือ 14,430 นาที ซึ่งลดระยะเวลาลงทั้งสิ้น 50 นาที คิดเป็น 0.34 % หรือ คิดเป็น 62.5 % (ไม่รวมระยะเวลาอบ 10 วัน) และสามารถลดขั้นตอนการทำงาน จากเดิมมีขั้นตอนการทำงาน 4 ขั้นตอน ลดลงเหลือ 3 ขั้นตอน สามารถลดลงไปได้ 1 ขั้นตอน คิดเป็น 25%

4. ขั้นตอนการนำไม้สักออกจากเตาอบหลังทำการอบแห้ง พบว่า ใช้ระยะเวลาลดลงจาก 85 นาที เหลือ 35 นาที ซึ่งลดระยะเวลาลงทั้งสิ้น 50 นาที คิดเป็น 58.82 %

5. ขั้นตอนการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นประตูและบรรจุภัณฑ์ พบว่า ใช้ระยะเวลาลดลงจาก 316นาที เหลือ 292 นาที ซึ่งลดระยะเวลาลงทั้งสิ้น 24 นาที คิดเป็น 7.594936 % ระยะทางที่ใช้ลดลงจาก 92 เมตร เหลือ 82 เมตร ซึ่งระยะทางลดลงทั้งสิ้น 10 เมตร คิดเป็น 10.87%

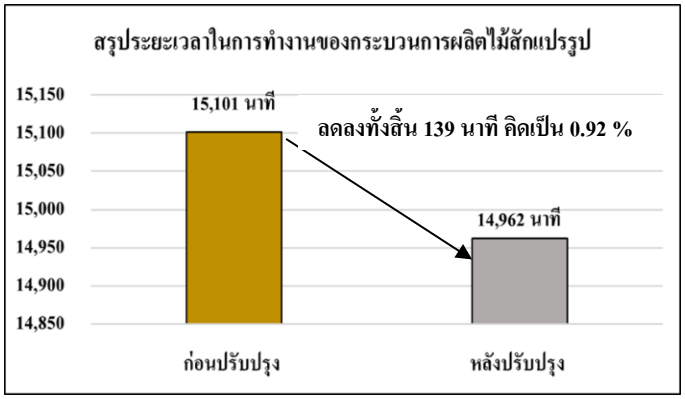
สรุปผลทั้งกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูประหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง ได้ดังต่อไปนี้

1. ระยะทางลดลงทั้งสิ้น 10 เมตร คิดเป็น 5.46%

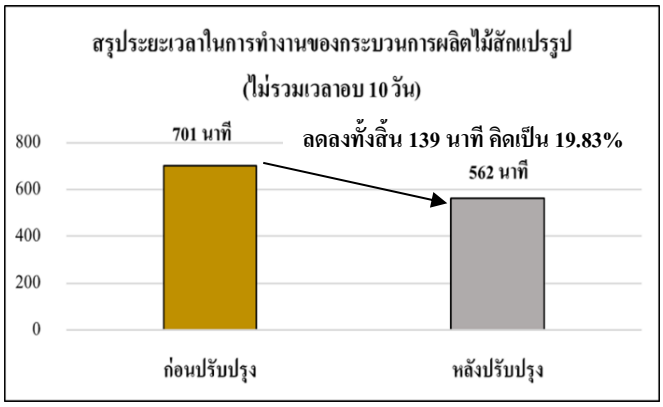


ภาพที่ 2 แผนภูมิสรุปผลระยะทางในการทำงานของกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป ระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

2. ระยะเวลาลดลงทั้งสิ้น 139 นาที คิดเป็น 0.92% หรือ คิดเป็น 19.83% (ไม่รวมเวลาอบ 10 วัน)

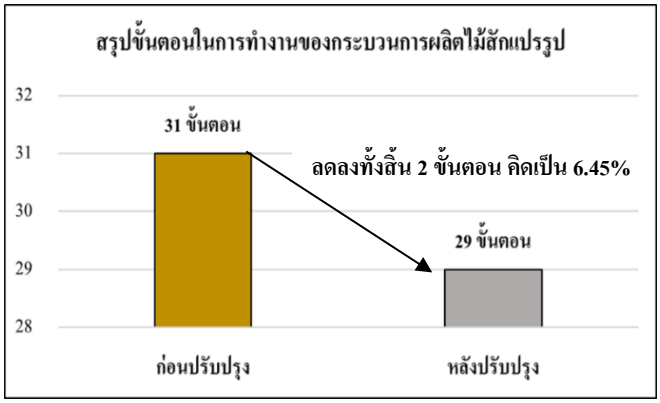


ภาพที่ 3 แผนภูมิสรุปผลระยะเวลาในการทำงานของกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป ระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง



ภาพที่ 4 แผนภูมิสรุปผลระยะเวลา (ไม่รวมเวลาอบ 10 วัน) ในการทำงานของกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูประหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

3. ขั้นตอนในการทำงานลดลงทั้งสิ้น 2 ขั้นตอน คิดเป็น 6.45%



ภาพที่ 5 แผนภูมิสรุปผลขั้นตอนในการทำงานของกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป ระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

6. สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน กรณีศึกษาบริษัทผลิตไม้สักแปรรูป วัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาขั้นตอนในกระบวนการผลิตเพื่อหาแนวทางในการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการไม้สักแปรรูป โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน (2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงการจัดวางผังการผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อนำเอามาทำการวิคราะห์ในครั้งนี้ คือ แผนภูมิพาเรโต้ (Pareto Diagram) ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ในการเลือกผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักที่มีความสำคัญที่สุด คือ ประตูไม้สักมาเป็นตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตการทำงานของพนักงานกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิธีการทำงานและขั้นตอนในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูปในปัจจุบัน แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูปโดยมีการบันทึกข้อมูลด้วยแผนภูมิการไหลของกระบวนการ (Flow Process Chart) และไดอะแกรม ใช้แผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) ทำการวิเคราะห์และหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูป พบว่าสาเหตุที่เกี่ยวกับวิธีการทำงานล่าช้า 3 สาเหตุ คือ บุคลากร กระบวนการ และเครื่องจักร ซึ่งจะพบว่าสาเหตุในส่วนของกระบวนการทำงานจะมีหลายสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดปัญหา ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาในส่วนของสาเหตุที่เกิดจากกระบวนการทำงานก่อนผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดแบบลีน โดยการประยุกต์ใช้หลักการ ECRS ปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อลดความสูญเปล่าดังกล่าวและทำกรเปรียบเทียบระหว่างการผลิตแบบปัจจุบันกับการผลิตโดยประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน จากการศึกษาพบว่า ระยะทางของกระบวนการทำงานลดลงทั้งสิ้น 10 เมตร คิดเป็น 5.46% ระยะเวลาลดลงทั้งสิ้น 139 นาที คิดเป็น 0.92% หรือ คิดเป็น 19.83% (ไม่รวมเวลาอบไม้ 10 วัน) และขั้นตอนในการทำงานลดลงทั้งสิ้น 2 ขั้นตอน คิดเป็น 6.45%

7. ข้อเสนอแนะ

1. จากการประยุกต์ใช้แผนภูมิพาเรทโต้ พบว่า ประตูและหน้าต่าง เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มที่มียอดขาย 80% ดังนั้น ควรนำหน้าต่างมาใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งต่อไป

2. ทำการศึกษากระบวนการผลิตทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตไม้สักแปรรูปต่อไป

8. กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ให้ทุนสนับสนุนในการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

[1] ธานี อ่วมอ้อ. (2552). *แนวคิดการผลิตแบบลีน (Lean Thinking)* [ออนไลน์].ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2563, จาก: http://leantvl.blogspot.com/2016/07/lean-lean-manufacturing.html

[2] ลักขณา ฤกษ์เกษม. (2562). *การประยุกต์ใช้การผลิตแบบลีนในโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่น.* อุตสาหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาการจัดการอุตสาหกรรม.มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

[3] ฐานิตย์ ประจักษ์วินัยบดี. (2561). *การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตด้วยระบบลีน กรณีศึกษาบริษัท AEC จำกัด.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาการจัดการโลจิสติกส์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

[4] อัมพวรรณ หนูพระอินทร์. (2561). *การประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน เพื่อลดความสูญเปล่าในกระบวนการแปรรูปไม้ยางพารา กรณีศึกษา ผู้ผลิตไม้ยางพาราแปรรูป.* วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน.คณะโลจิสติกส์.มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

[5] ศุรนิตย์ สามารถ. (2559). *การนำแนวคิดลีนมาใช้ในการลดต้นทุนในการดำเนินงาน กรณีศึกษา โรงงานฉีดพลาสติกชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์.* วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน.มหาวิทยาลัยบูรพา.

[6] เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2561). *ความสูญเปล่า 8 ประการ (8 Wastes)* [ออนไลน์].ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2563, จาก:https://www.iok2u.com/index.php/article/industry/243-8-8-wastes-downtime

[7] ภัทรนิษฐ์ บุญวัง. (2556). *หลักการ ECRS. การประยุกต์แนวคิดลีนเพื่อลดความสูญเปล่าในการผลิตกรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด.* กรุงเทพฯ : การขนส่งและโลจิสติกส์ คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

การปรับปรุงประสิทธิภาพตำแหน่งจัดเก็บสินค้าในบริษัทเครื่องสำอางและความงาม

DESIGN AND IMPLEMENTATION OF THE STORAGE LAYOUT IN THE COSMETIC AND BEAUTY COMPANY

ณัชชา เสนานอก
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 61920223@go.buu.ac.th

ชมพูนุท อ่ำช้าง
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: chompoonut@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

บริษัทกรณีศึกษาเป็นบริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอาง เช่น ครีมอาบน้ำ ครีมบำรุงผิว สบู่ล้างมือ ฯลฯ ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในการดำเนินงานพบว่าพื้นที่การจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้าสำเร็จรูปของบริษัทนั้นไม่มีประสิทธิภาพ พื้นที่จัดเก็บสินค้าที่ถูกแบ่งตามประเภทของลูกค้าโดยไม่มีการประเมินตามมูลค่าของสินค้าหรือความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า และลูกค้าประเภทเดียวกันมีพื้นที่จัดเก็บสินค้าหลายแถว ส่งผลให้การจัดเก็บ-เบิกสินค้าของพนักงานใช้เวลานาน งานวิจัยนี้จึงประยุกต์ใช้เทคนิค ABC Analysis จัดกลุ่มสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดวางผังคลังสินค้าของบริษัท (2) เพื่อลดเวลาการจัดเก็บ-เบิกสินค้าของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่าการใช้เทคนิค ABC Analysis เข้ามาจัดกลุ่มสินค้าและปรับปรุงการวางแผนผังคลังสินค้าใหม่ ซึ่งการวางแผนผังสินค้าแบบใหม่นี้ผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนตำแหน่งการจัดวางสินค้าให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับเทคนิค ABC Analysis คือ สินค้ากลุ่ม A ถูกจัดอยู่ในตำแหน่งที่ใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสั้นที่สุด รองลงมาคือ สินค้ากลุ่ม B และ C ตามลำดับ ส่งผลให้สินค้าในกลุ่ม A สามารถลดระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าลง โดยใช้ระยะเวลาน้อยที่สุด คือ 4 ชั่วโมง 9 นาที 38 วินาที เมื่อเปรียบเทียบกับการวางแผนผังคลังสินค้าปัจจุบัน

ABSTRACT

This case study is a manufacturer of cosmetics and cosmeceuticals such as shower cream, skin care cream, hand soap, etc. for both domestic and international customers. In operation, it was found that the storage area of the Company's warehouse was inefficient. Storage space classified by customer type, without valuation by product value or storage frequency - pick up. Moreover, customers of the same type have multiple rows of storage space then store-picking spends a long time. This research applied ABC analysis technique to group products and define position layout. The objective (1) is to development and improvement the efficiency of the company's warehouse layout (2) to reduce the storage-picking time of employees. The results of the study showed

that using ABC analysis technique to classify products can improve the efficient of new warehouse layout. Group A products are placed in the position that takes the shortest of storage-pick up, then products group B and C, respectively, Therefore, group A can reduce the time into 4 hours 9 minutes 38 seconds when compared with the current warehouse layout.

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง จากผลกระทบการระบาดของโรคโควิด-19 ที่รุนแรงและขยายวงกว้างมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การชะลอตัวของสภาวะเศรษฐกิจถือเป็นความท้าทายของไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกเครื่องสำอางที่สำคัญของโลก ทำให้ผู้ประกอบการต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เช่น การลดต้นทุนกระบวนการผลิต การเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การส่งมอบที่ถูกต้องรวดเร็วเพื่อตอบสนองความความต้องการของลูกค้า และการบริหารจัดการคลังสินค้าเป็นอีกส่วนที่สำคัญในกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานเพื่อส่งเสริมให้บริษัทสามารถแข่งขันทางธุรกิจได้

บริษัทกรณีศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นบริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอาง เช่น ยาสระผม ครีมอาบน้ำ ลิปสติก ครีมบำรุงผิว สบู่ล้างมือ ฯลฯ ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าตามสูตรและมาตรฐานของลูกค้า ซึ่งกระจายสินค้าไปทั้งภายในประเทศและการส่งออกไปต่างประเทศทั่วโลก เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ลูกค้ามีความต้องการสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายเป็นจำนวนมาก ทางบริษัทจึงมีการผลิตและจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) ในคลังสินค้าเป็นปริมาณมาก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา การบริหารพื้นที่จัดเก็บสินค้าของบริษัทเป็นการกำหนดตำแหน่งในการจัดเก็บแบบตายตัว (Fixed Location System) ตามประเภทของลูกค้าแต่ละราย แต่ภายในพื้นที่การจัดเก็บประเภทสินค้าของลูกค้าแต่ละรายจะไม่ได้กำหนดตำแหน่งการจัดเก็บสินค้าที่ตายตัว (Random Location System) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า บริษัทพบปัญหาการจัดเก็บ-เบิกสินค้า เนื่องจากระบบรับเข้าสินค้ามีการจัดลำดับการจัดเก็บสินค้าตาม Storage Bin ที่กำหนดไว้สำหรับลูกค้าแต่ละประเภท ซึ่งในการผลิตสินค้าแต่ละครั้งมีการผลิตจำนวนหลาย Pallet ส่งผลให้สินค้าอาจถูกจัดเก็บในตำแหน่งที่ไกลกัน ในขณะที่การเบิกสินค้าออกไปจะยึดหลักเข้าก่อนออกก่อน (FIRST IN FIRST OUT: FIFO) ส่งผลให้พนักงานใช้เวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าค่อนข้างมาก

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดวางผังคลังสินค้าของบริษัท
2. เพื่อลดเวลาการจัดเก็บ-เบิกสินค้าของพนักงาน

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจำแนกสินค้าคงคลังแบบ ABC Analysis

ABC Analysis การวิเคราะห์จัดกลุ่มด้วยระบบ ABC คือเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญ กับการจัดกลุ่มสินค้าเป็น 3 กลุ่ม เพื่อง่ายในการบริหารจัดการตามกลุ่มสินค้า การจัดลำดับ มีหลายแบบตามแนวนโยบายที่

ต้องการใช้บริหารขององค์กร เช่น การจัดลำดับสินค้าตาม มูลค่าสินค้าคงคลังที่ถือครองรวมต่อปีของแต่รายการ มูลค่าขายสินค้าแต่ละรายการเพื่อจัดแบ่งกลุ่ม (กองโลจิสติกส์, 2561)

James A.T. and Jerry (1998) James และ Jerry ได้กล่าวถึงการจำแนกสินค้าคงคลังแบบ ABC Analysis เป็นการจัดประเภทสินค้าคงคลังออกเป็น 3 ประเภท คือ A B และ C โดยถือเกณฑ์ของปริมาณของการใช้หรือยอดขาย โดยในหนังสือเรื่อง The Warehouse Management Handbook; the second edition มีการกล่าวถึงเรื่อ ง Stock Location Assignment โดยได้กล่าวถึงเกณฑ์ ABC Analysis ในเรื่องการจัดตำแหน่งการวางสินค้า โดยจะจัดกลุ่มตามการเคลื่อนไหวหรือ เคลื่อนย้าย ของสินค้า โดยจากการจัดสินค้าตามเกณฑ์ดังกล่าวจะพบว่าสินค้าที่มีจำนวนเพียง 20% นั้นจะมีการ เคลื่อนย้าย ของสินค้ามากถึง 80% ของสินค้าทั้งหมด และการแบ่งกลุ่มสินค้าตามแนวคิดแบบ ABC Analysis Classification สามารถแบ่งได้ดังนี้

สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่ม A = 20% ของสินค้าคงคลังที่มีอัตราเคลื่อนไหว 80%

สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่ม B = 25 - 30% ของสินค้าคงคลังที่มีอัตราเคลื่อนไหว 15%

สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่ม C = 50 - 55% ของสินค้าคงคลังที่มีอัตราเคลื่อนไหว 5%

ในแต่ละกลุ่มจะมีระบบการควบคุมและติดตามที่แตกต่างกัน โดยสินค้ากลุ่ม A เป็นสินค้าที่มีอัตราการเคลื่อนไหวสูง ดังนั้นควรเป็นสินค้าที่องค์กรควรให้ความสำคัญควรมีการติดตามหรือการจัดการดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะเป็นสินค้าที่ขายดีและควรจัดตำแหน่งในการจัดเก็บที่สะดวกและง่ายต่อการเบิกจ่าย ส่วนสินค้ากลุ่ม C เป็นสินค้ามีอัตราการเคลื่อนไหวต่ำแต่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าสูง จึงควรถูกจัดเก็บในตำแหน่งที่ไกลออกไป (ภาวิณี นิลวัชราภรณ์, 2552) โดยวรรณวิภา ชื่นเพ็ชร (2560) ทำการศึกษาการวางผังคลังสินค้าสำเร็จรูปบริษัท กรณีศึกษา AAA เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท โดยการประยุกต์นำใช้เทคนิค ABC Analysis มาใช้จัดเรียงและออกแบบวางผังคลังสินค้า ผลการศึกษาพบพบว่าพนักงานสามารถลดเวลาในการหยิบสินค้าลงจาก 9.45 นาทีเหลือ 6.41นาที การปรับปรุงผังจัดเรียงคลังสินค้าแบบใหม่โดยจัดเรียงจากสินค้าที่มียอดขายสูงสุด(หน่วย: ลัง)ไว้ใกล้ประตูทางออกและสินค้าที่มียอดขายปานกลางและยอดขายสินค้าต่ำจะถูกจัดเรียงตามลำดับ เพื่อเป็นการลดระยะเวลาและระยะทางในการเดินหยิบสินค้าของพนักงานได้อย่างเหมาะสม

แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

แผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) หรือเรียกเป็นทางการว่าแผนผังสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) เป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา (Problem) กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหา (Possible Cause) โดยแผนภูมิมีลักษณะคล้ายปลาที่มีแต่ก้าง โดยส่วนมากมักจะใช้หลักการ 4M 1E เป็นกลุ่มปัจจัย (Factors) เพื่อจะนำไปสู่การแยกแยะสาเหตุต่าง ๆ ซึ่ง 4M 1E นี้ มาจาก M - Man คนงาน หรือพนักงาน หรือบุคลากร M - Machine เครื่องจักรหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก M - Material วัตถุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการ M - Method กระบวนการทำงาน E - Environment อากาศ สถานที่ ความสว่าง และบรรยากาศการทำงาน (ทรงศักดิ์ อยู่นาน, 2560) โดยณัฐนนท์ รุ่งเจริญ (2561) ศึกษาการออกแบบผังการจัดเก็บวัสดุและอุปกรณ์สิ้นเปลืองด้วยเทคนิค ABC Analysis เนื่องจากบริษัทพบปัญหาด้านการจัดการสินค้าคงคลังไม่สามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าที่แท้จริงได้ และการเบิก-จ่ายสินค้าใช้เวลานาน จึงใช้แผนผังก้างปลาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการจัดการพื้นที่จัดเก็บสินค้า และใช้เทคนิค ABC Analysis ในการจัดแบ่งกลุ่มสินค้า ตามการเคลื่อนไหวของสินค้าและมูลค่าของสินค้า หลังการปรับปรุงคลังสินค้าสามารถลดเวลาในการเบิก-จ่ายสินค้าลง 10 นาทีหรือคิดเป็นร้อยละ 52.38 การออกแบบผังการจัดเก็บแบบใหม่ทำให้ทราบจำนวนสินค้าที่มีอยู่ในคลังได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาการจัดวางพื้นที่จัดเก็บของคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยใช้เทคนิค ABC Analysis เป็นเครื่องมือในการจัดแบ่งกลุ่มสินค้า โดยจัดเรียงตามมูลค่าของสินค้าและจัดเรียงตามความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ABC Analysis มาประยุกต์ออกแบบผังคลังสินค้า

4.2 เครื่องมือวิจัย

1. แผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) คือ ผังที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของปัญหา (ผล) กับปัจจัยต่าง ๆ (สาเหตุ) ที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเป็นผลลัพธ์ (ปัญหา) สาเหตุหลักหรือกลุ่มของปัญหา ปัจจัยรอง และปัจจัยย่อย

2.ทฤษฎีการจัดกลุ่มสินค้า ABC Analysis คือ เทคนิคการจัดการสินค้าคงคลังโดยแบ่งตามลำดับชั้นความสำคัญออกเป็น 3 ชั้น โดยพิจารณาความสำคัญตามมูลค้าสินค้า และความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า

2.1 A คือสินค้าที่มีมูลค่า 80%, B คือสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 15 % และ C คือสินค้าที่มีมูลค่าเพียง 5%

2.2 A คือสินค้าที่มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิก 80%, B คือสินค้ามีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิก 15% และ C คือสินค้ามีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกเพียง 5%

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์ ณ สถานที่ปฏิบัติงานจริง รวบรวมข้อมูลเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า ทำการรวบรวมข้อมูลมูลค่าสินค้า และความถี่การจัดเก็บ-เบิกสินค้าย้อนหลัง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-31สิงหาคม พ.ศ. 2563 ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆที่เกี่ยวข้อง บทความและข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตมาประกอบการทำวิจัยนี้

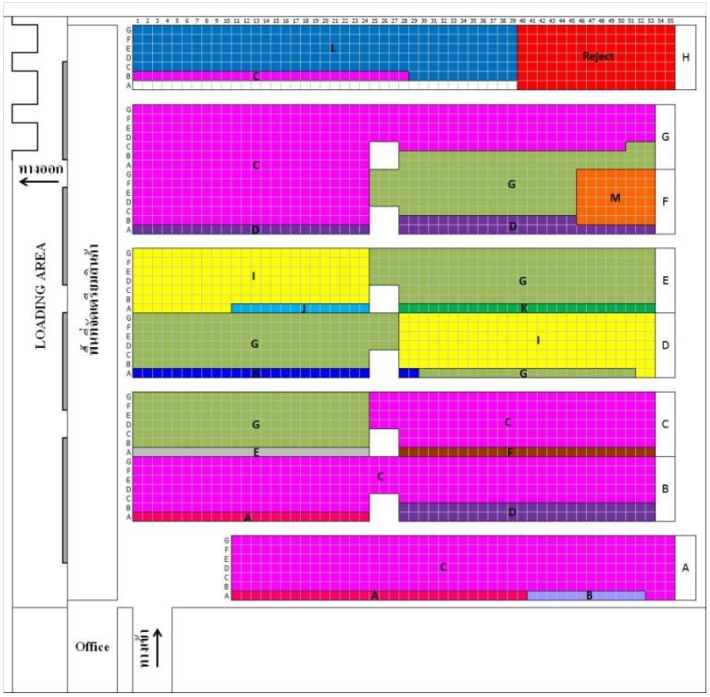
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาสาเหตุโดยใช้แผนผังก้างปลาและ นำข้อมูลมูลค่าของสินค้า และความถี่การจัดเก็บ-เบิกสินค้ามาวิเคราะห์ ABC Analysis เพื่อปรับปรุงการจัดเรียงสินค้าภายในคลังต่อไป

5. ผลการวิจัย

ตำแหน่งที่ตั้งและพื้นที่ในคลังสินค้า

คลังสินค้าของบริษัทกรณีศึกษาเป็นคลังจัดเก็บสินค้าประเภทสำเร็จรูป มีพื้นที่ภายในทั้งหมดที่ใช้สำหรับการจัดเก็บสินค้าที่ 2,016 ตารางเมตร หรือ 2,872 Slots พื้นที่คลังสินค้าถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ พื้นที่ในการรับเข้าสินค้า, พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า, พื้นที่ใช้ในการจัดเก็บสินค้ารอซ่อมแก้ไข หรือสินค้าส่งคืนจากลูกค้า, พื้นที่ในการเตรียมสินค้า, และพื้นที่สำหรับโหลดสินค้า ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงพื้นที่จัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า

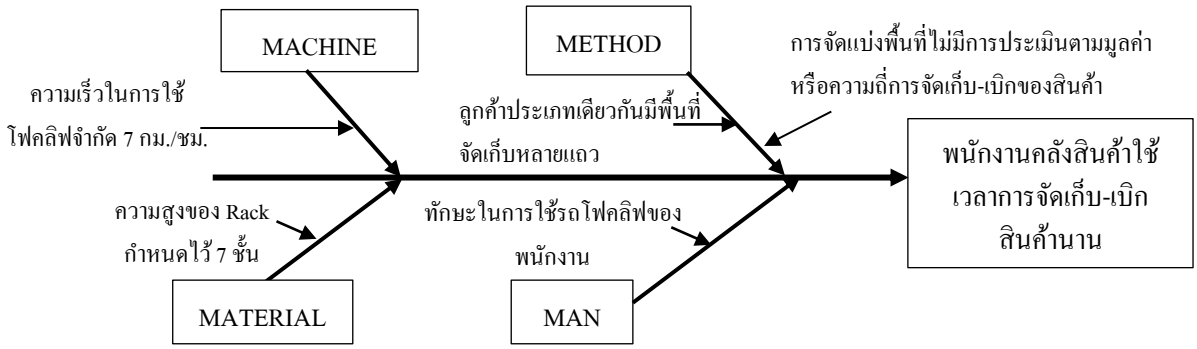
ภาพที่ 1 แสดงพื้นที่จัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า ประกอบด้วย พื้นที่สีชมพู หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า A จำนวน 54 Slots, พื้นที่สีม่วงอ่อน หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า B จำนวน 12Slots, พื้นที่สีบานเย็น หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า C จำนวน 1206 Slots, พื้นที่สีม่วง หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า D จำนวน 120 Slots, พื้นที่สีเทา หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า E จำนวน 24 Slots, พื้นที่สีน้ำตาล หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า F จำนวน 26 Slots, พื้นที่สีเขียว หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า G จำนวน 647 Slots, พื้นที่สีน้ำเงิน หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า H จำนวน 26 Slots, พื้นที่สีเหลือง หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า I จำนวน 312 Slots, พื้นที่สีฟ้า หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า J จำนวน 14 Slots, พื้นที่สีเขียวเข้ม หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า K จำนวน 26 Slots, พื้นที่สีฟ้าเข้ม หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า L จำนวน 206 Slots, พื้นที่สีส้ม หมายถึง พื้นที่จัดเก็บสินค้าของลูกค้า M จำนวน 48Slots, พื้นที่สีขาว หมายถึง พื้นที่รอจัดเก็บสินค้า เมื่อพบว่าพื้นที่ที่เตรียมไว้ไม่เพียงพอ จำนวน 39 Slots, พื้นที่สีแดง หมายถึง พื้นที่ใช้เก็บสินค้ารอซ่อมแก้ไข จำนวน 112 Slots

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลและบ่งชี้ปัญหา

ปัจจุบันบริษัทมีการบริหารพื้นที่การจัดเก็บสินค้าโดยการกำหนดตำแหน่งในการจัดเก็บแบบตายตัว (Fixed-Zone Location System) ตามประเภทของลูกค้า แต่จะยังคงใช้การจัดเก็บแบบที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว (Random Location System) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า เมื่อฝ่ายผลิตนำสินค้าเข้าระบบระบบจะมีการกำหนด Storage BIN จัดเก็บอัตโนมัติตามพื้นที่ที่กำหนดไว้ของแต่ละลูกค้า โดยลำดับ Storage BIN ที่ว่างตามแนวตั้ง ซึ่งบริษัทพบปัญหาว่าพนักงานใช้เวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าแต่ละครั้งนาน ผู้วิจัยจึงใช้แผนภูมิก้างปลาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาดังกล่าว

5.2 วิเคราะห์หาสาเหตุ

จากปัญหาพนักงานคลังสินค้าใช้เวลาการจัดเก็บ-เบิกสินค้านาน สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุตามทฤษฎี 4M โดยใช้แผนภูมิก้างปลา เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์หาสาเหตุโดยใช้แผนภูมิก้างปลา

จากภาพที่ 2 แสดงสาเหตุที่ทำให้พนักงานคลังสินค้าใช้เวลาการจัดเก็บ-เบิกสินค้านาน ซึ่งจะพบว่าสาเหตุในส่วนของกระบวนการทำงานจะมีหลายสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดปัญหา ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาในส่วนของสาเหตุที่เกิดจากกระบวนการทำงานก่อน จากแผนภูมิก้างปลาจะพบว่าพื้นที่จัดเก็บสินค้าที่ถูกแบ่งตามประเภทของลูกค้านั้นไม่มีการประเมินตามมูลค่าของสินค้าหรือความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า ลูกค้าที่มีความถี่การจัดเก็บ-เบิกน้อยถูกจัดพื้นที่ให้อยู่บริเวณด้านหน้าคลังสินค้าใกล้กับประตูทางเข้า-ออก บริษัทจึงพบปัญหาว่าพนักงานใช้เวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าแต่ละครั้งนาน และจากการสังเกตยังพบว่าลูกค้าประเภทเดียวกันมีพื้นที่จัดเก็บสินค้าหลายแถว ซึ่งในการผลิตสินค้าแต่ละครั้งมีจำนวนหลายพาเลท และอาจถูกจัดเก็บในบิลไกลกัน ส่งผลให้การจัดเก็บ-เบิกสินค้าของพนักงานดำเนินการอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

5.3 การจัดกลุ่มสินค้าโดยใช้เทคนิค ABC Analysis

ทำการวิเคราะห์ ABC Analysis เพื่อจัดกลุ่มสินค้า โดยทำการวิเคราะห์ตามมูลค่าสินค้า และความถี่ของการจัดเก็บ-เบิกสินค้า และนำผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 แบบมาจัดทำแผนผังคลังสินค้ารูปแบบใหม่ เพื่อเปรียบเทียบระยะเวลาที่ลดลงของการปรับปรุงคลังสินค้า

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ ABC Analysis แบ่งกลุ่มสินค้าตามมูลค่าสินค้า

ลูกค้า	ปริมาณการใช้สินค้า	มูลค่าต่อหน่วย	มูลค่าสินค้า	มูลค่าสะสม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม	กลุ่ม
G	7,645,300	17	126,267,031	126,267,031	37.2	37.2	A
D	6,616,800	9	60,752,373	187,019,404	17.9	55.1	A
I	1,917,800	23	43,750,021	230,769,425	12.9	68.0	A
C	1,321,100	33	43,403,413	274,172,837	12.8	80.8	B
A	1,961,300	15	30,374,059	304,546,896	9.0	89.8	B
L	777,300	23	18,001,058	322,547,954	5.3	95.1	C
F	245,500	26	6,375,741	328,923,695	1.9	97.0	C
E	86,400	44	3,822,179	332,745,874	1.1	98.1	C
K	75,300	35	2,612,283	335,358,158	0.8	98.9	C
H	48,100	42	2,043,012	337,401,170	0.6	99.5	C
M	92,200	11	1,025,264	338,426,434	0.3	99.8	C
J	11,100	49	543,938	338,970,372	0.2	99.9	C
B	45,400	5	243,798	339,214,170	0.1	100.0	C

สามารถวิเคราะห์การจัดแบ่งพื้นที่คลังสินค้าตามมูลค่าสินค้าได้ดังนี้ สินค้ากลุ่ม A มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ลูกค้า G, D, และ I มีมูลค่าสินค้ารวมทั้งหมดคือ 230,769,425 บาท สินค้ากลุ่ม B มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ลูกค้า C และ A มีมูลค่าสินค้ารวมทั้งหมดคือ 73,777,471 บาทและ สินค้ากลุ่ม C มีจำนวน 8 รายการ ได้แก่ลูกค้า L, F, E, K, H, M, J และ B มีมูลค่าสินค้ารวมทั้งหมดคือ 34,667,274 บาท

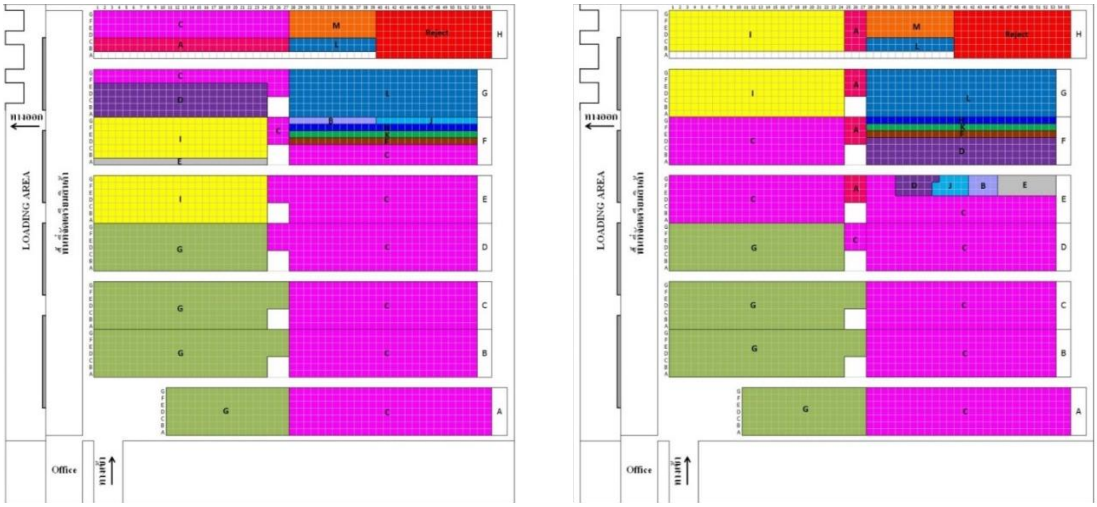
ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ ABC Analysis แบ่งกลุ่มสินค้าตามความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า

ลูกค้า	จัดเก็บ	เบิก	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ร้อยละสะสม	กลุ่ม
G	4358	4953	1552	35.71	35.71	A
C	2331	3097	905	20.82	56.52	A
I	1775	1983	626	14.41	70.93	A
A	1602	1480	514	11.82	82.75	B
D	1456	1302	460	10.58	93.33	B
L	526	592	186	4.29	97.61	C
E	84	109	32	0.74	98.35	C
F	107	86	32	0.74	99.09	C
K	61	44	18	0.40	99.50	C
H	49	54	17	0.39	99.89	C
M	6	6	2	0.05	99.94	C
J	5	5	2	0.04	99.98	C
B	3	3	1	0.02	100.00	C
Total	12363	13714	4346			

จากตารางที่ 2 สามารถวิเคราะห์การจัดแบ่งพื้นที่คลังสินค้าตามความถี่ในการจัดเก็บ - เบิกสินค้าได้ดังนี้ สินค้ากลุ่ม A มีจำนวน 3 รายการ รายการ ได้แก่ลูกค้า G, C, และ I มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าคิดเป็นร้อยละ 71 สินค้ากลุ่ม B มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ลูกค้า A และ D มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าคิดเป็นร้อยละ 22 และ สินค้ากลุ่ม C มีจำนวน 8 รายการ ได้แก่ลูกค้า L, E, F, K, H, M, J และ B มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าคิดเป็นร้อยละ 7

5.5 จัดทำแผนผังรูปแบบใหม่

หลังจากที่ผู้วิจัยทำการจัดกลุ่มสินค้าแบบ ABC Analysis แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บและจัดวางสำเร็จรูป โดยนำผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 แบบมาจัดทำผังคลังสินค้าใหม่ เพื่อเปรียบเทียบระยะเวลาที่ลดลงของแบบจำลองการปรับปรุงคลังสินค้าดังภาพที่ 3



(ก) (ข)

ภาพที่ 3 แสดงพื้นที่จัดเก็บสินค้าตามมูลค่าสินค้า (ก) และพื้นที่จัดเก็บสินค้าตามความถี่การจัดเก็บ-เบิกสินค้า (ข)

จากภาพที่ 3 ผู้วิจัยได้มีการจัดผังคลังสินค้าโดยให้สินค้ากลุ่ม A ที่มีมูลค่าสูงหรือมีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสูงจัดไว้ในตำแหน่งที่มีระยะเวลาในการเข้าออกสั้นที่สุดตามจำนวน Slot ของกลุ่มสินค้า A รองลงมาคือสินค้ากลุ่ม B และสินค้ากลุ่ม C ถูกจัดเก็บในตำแหน่งที่ไกลออกไป (ภาวิณี นิลวัชราภรณ์, 2552)

5.6 การประยุกต์ใช้งานรูปแบบที่พัฒนาขึ้นตามการวิเคราะห์ ABC Analysis

นำแผนผังคลังสินค้ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นตามการวิเคราะห์ ABC Analysis ทั้ง 2 รูปแบบ มาประยุกต์ใช้งานจำนวน 3 PO แบ่งเป็นสินค้ากลุ่ม A, B, C จำนวนกลุ่มละ 1 PO โดยลูกค้า I เป็นตัวแทนของสินค้ากลุ่ม A, ลูกค้า A เป็นตัวแทนของสินค้ากลุ่ม B, และลูกค้า E เป็นตัวแทนของสินค้ากลุ่ม C เพื่อเปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ทำงานของแต่ละรูปแบบ โดยผลการเปรียบเทียบเวลาแสดงดังตารางที่ 3 และ 4

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าระหว่างแบบปัจจุบันกับจัดตามมูลค่า

กลุ่มสินค้า	ลูกค้า	รูปแบบปัจจุบัน	จัดตามมูลค่า	เวลาลดลง	เวลาเพิ่มขึ้น
A	I	4 ชั่วโมง 45 นาที 04 วินาที	4 ชั่วโมง 09 นาที 38 วินาที	35 นาที 26 วินาที	-
B	A	28 นาที 56 วินาที	34 นาที 24 วินาที	-	5 นาที 28 วินาที
C	E	32 นาที 00 วินาที	32 นาที 56 วินาที	-	56 วินาที

การจัดพื้นที่คลังสินค้าแบบปัจจุบันของสินค้ากลุ่ม A ใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า 4 ชั่วโมง 45 นาที 04 วินาที, สินค้ากลุ่ม B ใช้ระยะเวลา 28 นาที 56 วินาทีและกลุ่ม C ใช้ระยะเวลา 32 นาที 00 วินาที โดยเปรียบเทียบกับรูปแบบการจัดพื้นที่คลังสินค้าตามมูลค่า พบว่าสินค้ากลุ่ม A ใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าลดลงเหลือ 4 ชั่วโมง 9 นาที 38 วินาที, สินค้ากลุ่ม B ใช้ระยะเวลา 34 นาที 24 วินาทีและกลุ่ม C ใช้ระยะเวลา 32 นาที 56 วินาที

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าระหว่างแบบปัจจุบันกับจัดตามความถี่ในการจัดเก็บสินค้า

กลุ่มสินค้า	ลูกค้า	รูปแบบปัจจุบัน	จัดตามความถี่	เวลาลดลง	เวลาเพิ่มขึ้น
A	I	4 ชั่วโมง 45 นาที 04 วินาที	4 ชั่วโมง 19 นาที 44 วินาที	25 นาที 20 วินาที	-
B	A	28 นาที 56 วินาที	42 นาที 02 วินาที	-	13 นาที 6 วินาที
C	E	32 นาที 00 วินาที	1 ชั่วโมง 10 นาที 44 วินาที	-	28 นาที 44 วินาที

การจัดพื้นที่คลังสินค้าแบบปัจจุบันของสินค้ากลุ่ม A ใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า 4 ชั่วโมง 45 นาที 04 วินาที, สินค้ากลุ่ม B ใช้ระยะเวลา 28 นาที 56 วินาทีและกลุ่ม C ใช้ระยะเวลา 32 นาที 00 วินาที โดยเปรียบเทียบกับรูปแบบการจัดพื้นที่คลังสินค้าตามความถี่พบว่าสินค้ากลุ่ม A ใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าลดลงเหลือ 4 ชั่วโมง 19 นาที 44 วินาที, สินค้ากลุ่ม B ใช้ระยะเวลา 42 นาที 02 วินาทีและกลุ่ม C ใช้ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 10 นาที 44 วินาที

6. อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าการใช้เทคนิค ABC Analysis เข้ามาจัดกลุ่มสินค้าจะพบว่าสินค้ากลุ่ม A โดยวิเคราะห์ตามมูลค่าและความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า ได้แก่ ลูกค้า G, C และ I ผลการวิเคราะห์จึงแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าสินค้ากับความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า คือสินค้าที่มูลค่าสูงและมีปริมาณมากส่งผลให้มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าสูง ในขณะที่ลูกค้า D สามารถจำแนกให้อยู่ในกลุ่ม A ได้ถ้าวิเคราะห์จากมูลค่า แต่ถ้าพิจารณาลูกค้า D จากความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า จะถูกจัดอยู่ในกลุ่ม B แทน แสดงให้เห็นได้ว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงแต่มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าน้อย โดยข้อมูลความถี่ที่นำมาวิเคราะห์

ในงานวิจัยนี้เป็นเพียงปริมาณเฉลี่ยพาเลทที่ใช้สำหรับการจัดเก็บ-เบิกสินค้าเท่านั้น ไม่ได้พิจารณาปริมาณสินค้าที่บรรจุในพาเลท ซึ่งอาจจะมีปริมาณที่แตกต่างกันได้ ดังนั้นปริมาณสินค้าที่บรรจุในพาเลทอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดกลุ่มตามความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้าได้ เนื่องจากสินค้าที่มีความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสูงสามารถเกิดจากการบรรจุปริมาณต่อพาเลทที่น้อย จากการวางแผนผังคลังสินค้าใหม่ที่นำเสนอทั้ง 2 รูปแบบ สามารถลดระยะเวลาในการจัดเก็บ-เบิกสินค้ากลุ่ม A ลงได้ เมื่อเปรียบเทียบกับการวางแผนผังคลังสินค้ารูปแบบปัจจุบัน โดยการวางแผนผังคลังสินค้ารูปแบบตามมูลค่าของสินค้ากลุ่ม A จะใช้ระยะเวลารวมในการทำงานน้อยที่สุด คือ 4 ชั่วโมง 9 นาที 38 วินาที เมื่อเปรียบเทียบกับการวางแผนผังคลังสินค้ารูปแบบปัจจุบันและรูปแบบตามความถี่ คือ 4 ชั่วโมง 45 นาที 04 วินาที และ 4 ชั่วโมง 19 นาที 44 วินาที ตามลำดับ และการจัดแผนผังคลังสินค้าทั้ง 2 แบบ ส่งผลให้ระยะเวลาในการทำงานสินค้ากลุ่ม B และ กลุ่ม C เพิ่มขึ้นเนื่องจากถูกจัดเก็บในตำแหน่งที่ไกลออกไป (ภาวิณี นิลวัชราภรณ์, 2552)

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อมูลปริมาณพาเลทที่ใช้วิเคราะห์ความถี่การจัดเก็บ-เบิกสินค้า ไม่มีการนำปริมาณสินค้าที่บรรจุต่อพาเลทมาร่วมวิเคราะห์ ซึ่งอาจเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดกลุ่มตามความถี่ในการจัดเก็บ-เบิกสินค้า

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์จะเป็นข้อมูลสินค้าที่อยู่ในช่วงของสถาการณ์โควิด-19 ซึ่งมีความต้องการสินค้าของลูกค้าบางประเภทเป็นพิเศษ ดังนั้นการวิเคราะห์ผลที่ได้อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถาณการณ์ปัจจุบัน

2. งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบคลังสินค้าเพื่อลดเวลาและต้นทุน ซึ่งการเบิกสินค้าของบริษัทกรณีศึกษาจะยึดหลักเข้าก่อนออกก่อน (FIRST IN FIRST OUT: FIFO) การนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้อาจต้องเปลี่ยนแปลงตามลักษณะธุรกิจนั้นๆ

8. กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี จากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชมพูนุท อ่ำช้าง ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา เสนอแนะ แนวคิด ตลอดจน แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอดจนการศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กองโลจิสติกส์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2561*). การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์เพื่อการลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไบรท์ แอนด์ พริ้น จำกัด.

ณัฐนนท์ รุ่งเจริญ. (2561*). การออกแบบผังการจัดเก็บวัสดุและอุปกรณ์สิ้นเปลืองด้วยเทคนิค ABC*. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. มหาวิยาลัยศรีปทุม.

ทรงศักดิ์ อยู่นาน. (2560). *การวางผังคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วย ABC ANALYSIS กรณีศึกษา โรงงานผลิตผนังสำเร็จรูป*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ภาวิณี นิลวัชราภรณ์. (2552). *การพัฒนาพื้นที่การจัดเก็บแบบยืดหยุ่นของชิ้นส่วนยานยนต์*. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิศวกรรมอุตสาหการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณวิภา ชื่นเพ็ชร. (2560). *การวางผังคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยเทคนิค ABC ANALYSIS กรณีศึกษา บริษัท AAA จำกัด*. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. มหาวิยาลัยศรีปทุม.

James A Tompkins and Jerry D Smith. 1998. *The Warehouse Management Handbook*. 2nd ed. USA: Tompkin press.

การศึกษาเปรียบเทียบความต้องการเวชภัณฑ์ทางการแพทย์เพื่อการเตรียมความพร้อมและตอบสนองในภาวะฉุกเฉินของโรงพยาบาลช่วงการแพร่ระบาดโควิด -19

A COMPARATIVE STUDY OF MEDICAL SUPPLIES FOR HOSPITAL EMERGENCY PREPAREDNESS AND RESPONSE DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ณัฏฐิตา นันทกิจ
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail : 61920224@go.buu.ac.th

จุฑาทิพย์ สุรารักษ์ (อาจารย์ที่ปรึกษา)
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail : juthathip@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาของโรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ เพื่อนำไปวางแผนและหาแนวทางในการรับมือ ป้องกันเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาขาดคลัง เนื่องจากการเกิดภาวะวิกฤตและต้องการการสนับสนุนเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาเป็นการเร่งด่วน การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลการเบิก – จ่ายเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ระหว่างเดือนมกราคม 2561 – มิถุนายน 2563 จากกลุ่มตัวอย่าง 100 รายการ เพื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณการใช้เวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 และทำการจัดกลุ่มโดยใช้ ABC Classification เพื่อจัดลำดับความสำคัญของเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาจากปริมาณการเบิก - จ่าย และกำหนดให้กลุ่ม A เป็นเวชภัณฑ์ที่มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 75 และพบว่ามีจำนวน 23 รายการ เช่นหน้ากากอนามัยที่จากเดิมอยู่ในกลุ่ม C แต่เนื่องจากการระบาดของไวรัสโควิด – 19 ทำให้ในปี 2563 นี้ มีการใช้หน้ากากอนามัยในปริมาณสูงมาก จนถูกจัดอยู่ในกลุ่ม A จากการศึกษานี้ทำให้แผนกคลังเวชภัณฑ์สามารถวางแผนกำหนดกลุ่มเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาที่ต้องได้รับการดูแลและควบคุมปริมาณเวชภัณฑ์ในคลังให้มีพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ว่าจะในช่วงเวลาปกติหรือในช่วงเวลาที่มีสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างกรณีการระบาดของไวรัสโควิด – 19

ABSTRACT

This research aimed to find a proper solution to secure the adequate medical supplies stock of Queen Sirikit Hospital, both by daily work and in disaster conditions, which extraordinary needs them. This study revealed 100 non - drug supply products by listing the data from January 2018 - June 2020, to compare the consumption of non – drug, classified by using ABC Classification and the procedure based on disbursement

volumes of them. The assigned group A must share 75% of all products - purchasing in this study, the outcome includes 23 items. By comparing their use between January 2018 to June 2020, group A is therefore, determined as a must-have group, which is always must be enough in stock to purchase, either during a regular period or in case of disaster, such as the COVID-19 outbreak.

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกนั้น ทำให้มีการปิดประเทศในหลายประเทศ เศรษฐกิจหยุดชะงัก ส่งผลให้คนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศต้องการที่จะเดินทางกลับประเทศไทย และเพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 ที่อาจติดมากับกลุ่มคนที่เดินทางกลับจากต่างประเทศ ทางรัฐบาลได้กำหนดให้กลุ่มคนที่เดินทางเข้าประเทศไทยในครั้งนี้บางส่วนทำการกักตัวเป็นเวลาอย่างน้อย 14 วัน เพื่อทำการตรวจหาเชื้อไวรัส ในพื้นที่การดูแลของทหารเรือ ณ อาคารรับรอง อำเภอสัตหีบ ทางโรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ได้มีส่วนร่วมโดยการส่งบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งหมอ พยาบาลและเจ้าหน้าที่ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ จึงเกิดเป็นงานวิจัยฉบับนี้ขึ้น

งานวิจัยนี้ศึกษาปริมาณการใช้งานเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาของโรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ที่ใช้กับผู้ป่วยในยามปกติ เปรียบเทียบกับปริมาณการใช้งานเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาในยามที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน การร่วมรับมือ ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค ในกรณีของงานวิจัยฉบับนี้ใช้การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากโรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ร่วมกับกองทัพเรือ ได้รับคำสั่งให้จัดตั้งศูนย์บัญชาการเหตุการณ์การเฝ้าระวังคนไทยกรณีโควิด - 19 โดยกิจการอาคารรับรองสัตหีบ กองทัพเรือ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลปริมาณการใช้เวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา เพื่อทำการศึกษาและหาแนวทางในการเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการระบาดของเชื้อโรคและเชื้อไวรัส หรือจากกรณีภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณการใช้เวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาในช่วงเวลาปกติ กับช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19

2) เพื่อวางแผนในการเตรียมความพร้อมและป้องกันเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาขาดมือ

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 สาธารณภัย ภัยพิบัติและแผนเตรียมความพร้อม

หลักการและแนวคิดที่เกี่ยวกับการลดความเสี่ยงสาธารณภัยในประเทศนั้น ได้พัฒนาต่อยอดและปรับให้เข้ากับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในประเทศ เพื่อให้องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเตรียมพร้อมรับมือและทำให้ประชาชนเข้าใจในความเป็นไปได้ของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและมีผลกับชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและหาทางในการป้องกันและรับมือ (กระทรวงมหาดไทย.(2559). การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ)

การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับภัยพิบัติ

1. การพัฒนาศักยภาพและให้ความรู้เรื่องภัยพิบัติประเภทต่าง ๆ
2. การพัฒนาระบบการพยากรณ์และการแจ้งเตือนภัย
3. การพัฒนาศักยภาพของระบบการสื่อสาร
4. การจัดทำแผนเตรียมรับมือกับภัยพิบัติในทุกระดับ
5. การฝึกการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติ
6. การเตรียมปัจจัยสี่เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย
7. การเตรียมสนับสนุนด้านทรัพยากรและพลังงาน
8. การเตรียมพื้นที่ปลอดภัยสำหรับอพยพชาวบ้านเมื่อเกิดภัย
9. กิจกรรมสร้างความตระหนักของชุมชนและสังคม
10. การสร้างเครือข่ายกลุ่มศักยภาพ หรือหน่วยงานต่าง ๆ
11. การฝึกทักษะในการกู้ชีพ
12. การวางระบบการดูแลจัดการผู้ประสบภัยและผู้เสียชีวิต
13. การจัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติในการบัญชาการเหตุการณ์

3.2 ทฤษฎี ABC Classification Analysis

เป็นวิธีในการจำแนกประเภทสินค้าคงคลังตามประเภทการใช้ของสินค้า ซึ่งประยุกต์จากหลักการของพาเรโต้ ที่อธิบายว่า “ สิ่งที่สำคัญหรือมีประโยชน์จะมีอยู่ในจำนวนที่น้อยกว่าสิ่งที่ไม่มีความสำคัญ หรือไม่มีประโยชน์ซึ่งมักจะมีจำนวนที่มากกว่า ” (https://medium.com) เป็นกฎที่แสดงความไม่สมดุลที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน จะเน้นให้ความสำคัญกลุ่มสินค้าจำนวนน้อยแต่มีมูลค่าสูง มากกว่ากลุ่มสินค้าคำนวนมากแต่มีมูลค่าของสินค้าน้อยกว่า ซึ่งกฎของพาเรโต้นี้เรียกว่ากฎ 80/20 โดยจุดสำคัญจะอยู่ที่การตัดสินใจเลือกทำหรือเก็บสิ่งที่สำคัญกว่า ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอยู่ที่ 20% แต่เมื่อกิจกรรมนี้สำเร็จจะมีผลลัพธ์หรือผลตอบแทนอยู่ที่ 80%

การวิเคราะห์และการจัดกลุ่มด้วยระบบ ABC Analysis เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ซึ่งจะให้ความสำคัญกับสินค้าตามมูลค่า ทั้งมูลค้าจากการใช้งานหรือมูลค่าที่เป็นเงิน แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับกลุ่มสินค้าโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A, B, C ตามลำดับของความสำคัญ เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการสินค้าหรือลดภาระในการควบคุมดูแลปริมาณสินค้าคงคลังที่เยอะเกินไป ในแต่ละกลุ่ม ทั้งยังสามารถลดต้นทุนและประหยัดเวลาในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ซึ่งหลักการนี้สามารถยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ และนโยบายการบริหาร

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตฤณภพ มาหา (2562) เป็นการศึกษาการทำงานและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภายในคลังเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาของโรงพยาบาลอภัยภูเบศร โดยการเก็บข้อมูลในการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ในเดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2562 และเสนอแนวทางในการพัฒนา 3 แนวทาง คือ 1. จัดกลุ่มสินค้าตามความสำคัญโดยใช้วิธี ABC Analysis เพื่อแบ่งกลุ่มในการดูแลรักษาเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา 2. ปรับปรุงพื้นที่ภายในคลังเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาแบ่งประเภทและพื้นที่ในการเก็บเวชภัณฑ์ เพื่อให้สามารถหยิบใช้และดูแลรักษาได้ง่าย 3. กำหนดระยะเวลาและปริมาณในการสั่งซื้อสินค้า เพื่อรักษาระดับการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่าในการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า สามารถเพิ่มพื้นที่ในการใช้งานคลังเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ได้ถึง 25 ตารางเมตร

รวมถึงการหา การหยิบเวชภัณฑ์เมื่อมีการเบิกใช้งานสามารถทำได้ง่ายขึ้น การดูแลรักษาและป้องกันเวชภัณฑ์สูญหายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ธัญยกรณ์ อ้นมี (2560) งานวิจัยนี้เป็นการวิจัย เพื่อหาแนวทางในการปัญหาการจัดส่งสินค้าล่าช้าจนทำให้บริษัทต้องเสียค่าปรับจากเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก และยังสูญเสียความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจและสูญเสียลูกค้า โดยงานวิจัยนี้ได้นำเอา ABC Classification จัดความสำคัญของสินค้าของลูกค้าจากอดีต โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1. สีของเลนส์ที่ได้รับความนิยม 2.ค่าสายตาในแต่ละสีที่ย้อมเลนส์ เพื่อสร้างสต็อกสินค้า ทำการพยากรณ์ความต้องการสินค้าของลูกค้า และระดับสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อ ความต้องการของลูกค้า และวางแผนวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า และทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใหม่กับวิธีการเก่า

นิพนธ์ โตอินทร์ (2556) งานวิจัยนี้ศึกษาเพื่อหาแนวทางและวิธีการในการลดต้นทุนสินค้าคงคลังประเภทเครื่องดื่มของโรงแรม โดยหาวิธีการลดปริมาณสินค้าคงคลังให้ต่ำที่สุด เพื่อลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการถือครองสินค้า โดยใช้ ABC Analysis ในการควบคุมสินค้าคงคลัง จัดลำดับความนิยมของเครื่องดื่มและปริมาณในการเก็บสต็อกสินค้า ป้องกันของขาดมือและไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ หลังจาก จัดกลุ่มประเภทสินค้าและความสำคัญแล้ว ทำการพยากรณ์ด้วยวิธี Single Exponential Smoothing ความต้องการเครื่องดื่มของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา และคำนวณปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในจุดที่ประหยัดและคุ้มค่ากับโรงแรมมากที่สุด และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จากผลการวิจัยนี้พบว่าสามารถลดต้นทุนได้จากเดิม และยังเพิ่มเพิ่มอัตราการหมุนเวียนสินค้าในคลังได้อีกด้วย

Handanhal Ravinder, Ram B. Misra (2014) การวิเคราะห์ ABC Analysis เป็นเทคนิคการจัดหมวดหมู่ที่ได้รับการยอมรับอย่างดีโดยอาศัยหลักการของ Pareto สำหรับการพิจารณาว่ารายการใดควรได้รับความสำคัญในการจัดการสินค้าคงคลังของบริษัท เมื่อกล่าวถึงหัวข้อนี้หลายงานวิจัยจะให้ความสำคัญกับการจัดการการดำเนินงานและซัพพลายเชน ในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่ปริมาณเป็นเกณฑ์เดียวในการดำเนินการจัดหมวดหมู่ ธุรกิจและซัพพลายเชนในยุคปัจจุบันดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมไปยังตลาดที่เฉพาะเจาะจงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้ธุรกิจอยู่รอด จากการวิเคราะห์พบว่าหลายธุรกิจจะใช้เงินไปกับการซื้อและเก็บสินค้าประเภท C เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนนั้น หลายบริษัทใช้ AHP เข้ามาช่วยเพื่อหาน้ำหนักความสำคัญของสินค้าคงคลังและเพิ่มน้ำหนักในการตัดสินใจให้กับบริษัท ธุรกิจสมัยใหม่ที่อยากอยู่รอดในตลาดจะพยายามลดปริมาณสินค้าคงคลังไม่ว่าจะเป็นอะไหล่หรือวัตถุดิบลง เพื่อลดต้นทุนรวมของบริษัท และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าให้พอดีกับความต้องการ และขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าให้ทันเวลา

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 เครื่องมือวิจัย

1. ABC Classification เพื่อจัดลำดับความสำคัญของเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา และทำการเปรียบเทียบปริมาณการใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 - 30 มิถุนายน พ.ศ.2563

4.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาในคลังเวชภัณฑ์ โรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ที่มีการเบิก – จ่ายอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2561 – 30 มิถุนายน พ.ศ.2563 เพื่อจัด

กลุ่มความสำคัญตามปริมาณการเบิก - จ่าย โดยวิธี ABC Classification ได้กลุ่มตัวอย่างตามปริมาณการใช้ 100 รายการ

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมอยู่แล้วจากแผนกลังเวชภัณฑ์ โรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ โดยส่วนหนึ่งเป็นข้อมูลการเบิก – จ่ายเวชภัณฑ์ในอดีตที่ต้องทำการคัดแยกและทำการบันทึกอีกครั้ง เนื่องจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมการทำงานของคลังเวชภัณฑ์ และในส่วนข้อมูลปัจจุบันที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลด้วยโปรแกรมการเบิก – จ่ายเวชภัณฑ์ใหม่ที่ใช้งานอยู่ในขณะนี้

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์

1. ทำการศึกษาโดย การเก็บข้อมูลในภาพรวมจากการสังเกตและการปฏิบัติงานจริงมาใช้ประกอบการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2. ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี ABC Classification จัดลำดับความสำคัญและทำการเปรียบเทียบจัดกลุ่มการใช้งานทั้ง 3 ปี ของเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาจากปริมาณการเบิก - จ่าย โดยจะให้กลุ่ม A เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 21 รายการ

3. ทำการเปรียบเทียบปริมาณการเบิก – จ่ายเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาของกลุ่มตัวอย่าง จากปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 กับปริมาณการใช้ 6 เดือนของ ม.ค. - มิ.ย. 2563 เนื่องจากมีสถานการฉุกเฉินของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลการเบิก – จ่ายเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ระหว่างเดือนมกราคม 2561 – มิถุนายน 2563 จากกลุ่มตัวอย่าง 100 รายการ ทำการจัดกลุ่มโดยใช้ ABC Classification และกำหนดให้กลุ่ม A เป็นเวชภัณฑ์ที่มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 75 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาจากปริมาณการเบิก - จ่าย จากการจัดทำให้ได้กลุ่ม A จำนวน 23 รายการ B จำนวน 24 รายการ และ C จำนวน 53 รายการ จากการศึกษาพบว่า MASK DISP. (EAR LOOP) เป็นเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาเพียงรายการเดียวที่ในปี 2563 ที่ปรับขึ้นมาจากกลุ่ม C ของปี 2561 และ 2562 ในปี 2561และปี 2562 กลุ่ม A จำนวน 22 รายการ B จำนวน 25 รายการ และ C จำนวน 53 รายการ

ตารางที่ 1 รายการเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา กลุ่ม A

ลำดับ	ชื่อรายการ	จำนวน (จ่าย)	จำนวน (จ่าย) สะสม	จำนวน (จ่าย) สะสม (%)	CLASS
1	SYRINGE DISP. 10 CC	179,400	179,400	11%	A
2	SYRINGE DISP. 5 CC	126,800	306,200	20%	A
3	SYRINGE DISP. 3 CC	121,200	427,400	27%	A
4	NEEDLE DISP. NO. 18 X 1 1/2"	118,000	545,400	35%	A
5	NEEDLE DISP. NO. 21 X 1 1/2"	97,800	643,200	41%	A
6	COTTON BALL BLISTER PACK 8'S	68,277	711,477	46%	A
7	ชุดตรวจน้ำตาลในเลือดพร้อมเข็มเจาะ	49,770	761,247	49%	A
8	I.V. SET ADULT 20 DROPS	49,600	810,847	52%	A
9	SUCTION CONTROL NO. 14	38,465	849,312	54%	A
10	NEEDLE DISP. NO. 24 X 1"	38,400	887,712	57%	A
11	MASK DISP. (EAR LOOP) 50'S	32,841	920,553	59%	A
12	TEGADERM 6 X 7 CM.	29,400	949,953	61%	A
13	ไม้กดลิ้น สเตอไรด์	25,800	975,753	62%	A
14	EXTENSION WITH T	24,050	999,803	64%	A
15	SYRINGE DISP 20 CC	23,250	1,023,053	65%	A
16	I.V. CATH. NO. 24	22,050	1,045,103	67%	A
17	CPE ISOLATION GOWN	21,400	1,066,503	68%	A
18	SYRINGE INSULIN DISP.100 IU	20,600	1,087,103	70%	A
19	E.K.G. ELECTRODE FS - 601 (โฟม)	19,200	1,106,303	71%	A
20	เสื้อพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียว	18,900	1,125,203	72%	A
21	NEEDLE DISP. NO. 22 X 1 1/2"	17,400	1,142,603	73%	A
22	EXTENSION TUBE 36"	17,200	1,159,803	74%	A
23	NEEDLE DISP. NO. 20 X 1 1/2"	16,800	1,176,603	75%	A

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ของปี 2561 ถึงปี 2563

ลำดับ	ชื่อรายการ	Class 63	Rank 63	Class 62	Rank 62	Class 61	Rank 61
1	SYRINGE DISP. 3 CC	A	3	A	3	A	1
2	SYRINGE DISP. 10 CC	A	1	A	2	A	2
3	NEEDLE DISP. NO. 18 X 1 1/2"	A	4	A	4	A	3
4	SYRINGE DISP. 5 CC	A	2	A	1	A	4
5	NEEDLE DISP. NO. 21 X 1 1/2"	A	5	A	5	A	5
6	COTTON BALL BLISTER PACK 8'S	A	6	A	7	A	6
7	SUCTION CONTROL NO. 14	A	9	A	9	A	7
8	ชุดตรวจน้ำตาลในเลือดพร้อมเข็มเจาะ	A	7	A	6	A	8
9	TEGADERM 6 X 7 CM.	A	12	A	11	A	9
10	NEEDLE DISP. NO. 24 X 1"	A	10	A	10	A	10
11	I.V. CATH. NO. 24	A	16	A	15	A	11
12	SYRING INSULIN DISP. 100 IU	A	18	A	13	A	12
13	EXTENSION WITH T	A	14	A	16	A	13
14	ไม้กดลิ้น สเตอไรด์	A	13	B	24	A	14
15	NEEDLE DISP. NO. 20 X 1 1/2"	B	23	A	17	A	15
16	SYRINGE DISP 20 CC	A	15	A	14	A	16
17	NEEDLE DISP. NO. 22 X 1 1/2"	B	21	A	12	A	17
18	I.V. SET ADULT 20 DROPS	A	8	A	8	B	18
19	E.K.G. ELECTRODE FS - 601 (โฟม)	A	19	B	18	B	19
20	CPE ISOLATION GOWN	A	17	B	20	B	29
21	MASK DISP. (EAR LOOP) 50'S	A	11	C	48	C	48
22	EXTENSION TUBE 36"	A	22	A	19	A	21
23	GAUZE SWAB 15" X 15"	B	25	A	22	A	22

จากการศึกษานี้ทำให้สามารถวางแผนการรับมือ การเตรียมความพร้อมและเฝ้าระวังการขาดคลังของเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาได้ และการแบ่งกลุ่มการเฝ้าระวังออกเป็น 5 ระดับจากปริมาณการใช้ในปี 2562 โดยระดับ 5 คือระดับที่ต้องเฝ้าระวังสูงที่สุดจากเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาจากกลุ่มตัวอย่าง เช่น

ลำดับ	ชื่อรายการ	CLASS	%การเปลี่ยนแปลง	ระดับการเฝ้าระวัง
1	MASK DISP. (EAR LOOP) 50'S	A	81-100%	เฝ้าระวังระดับ 5
2	SYRINGE DISP. 5 CC	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
3	SYRINGE DISP. 3 CC	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
4	NEEDLE DISP. NO. 18 X 1 1/2"	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
5	NEEDLE DISP. NO. 21 X 1 1/2"	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
6	ชุดตรวจน้ำตาลในเลือดพร้อมเข็มเจาะ	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
7	I.V. SET ADULT 20 DROPS	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4

ลำดับ	ชื่อรายการ	CLASS	%การเปลี่ยนแปลง	ระดับการเฝ้าระวัง
8	SUCTION CONTROL NO. 14	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
9	TEGADERM 6 X 7 CM.	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
10	SYRINGE DISP 20 CC	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
11	I.V. CATH. NO. 24	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
12	SYRINGE INSULIN DISP. 100 IU	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
13	NEEDLE DISP. NO. 22 X 1 1/2"	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
14	EXTENSION TUBE 36"	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
15	NEEDLE DISP. NO. 20 X 1 1/2"	A	61-80%	เฝ้าระวังระดับ 4
16	ไม้กดลิ้น สเตอไรด์	A	41-60%	เฝ้าระวังระดับ 3
17	SYRINGE DISP. 10 CC	A	21-40%	เฝ้าระวังระดับ 2
18	CPE ISOLATION GOWN	A	21-40%	เฝ้าระวังระดับ 2
19	เสื้อพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียว	A	21-40%	เฝ้าระวังระดับ 2
20	COTTON BALL BLISTER PACK 8'S	A	1-20%	เฝ้าระวังระดับ 1
21	NEEDLE DISP. NO. 24 X 1"	A	1-20%	เฝ้าระวังระดับ 1
22	EXTENSION WITH T	A	1-20%	เฝ้าระวังระดับ 1
23	E.K.G. ELECTRODE FS - 601 (โฟม)	A	1-20%	เฝ้าระวังระดับ 1

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาโดยการใช้ ABC Classification เพื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณการใช้เวชภัณฑ์ที่มิใช่ยา ตั้งแต่ปี 2561 - 2563 นั้น เนื่องจากทางแผนกคลังเวชภัณฑ์ของโรงพยาบาลไม่เคยทำสถิติของปริมาณในการใช้ และในการสรุปปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อทำการสั่งซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อช่วงเวลาที่กำหนด คือเดือนละ 1 ครั้ง ทำให้เกิดการรอคอยสินค้านาน หรือบางครั้งมีการสั่งซื้อมากเกินความจำเป็นในแต่ละรายการ การเปรียบเทียบเพื่อทำการจัดกลุ่มนี้

1.ทำให้สามารถวางแผนกำหนดกลุ่มเวชภัณฑ์ที่มิใช่ยาที่ต้องได้รับการดูแลและควบคุมปริมาณเวชภัณฑ์ในคลัง

2.ทำให้สามารถวางแผนระยะเวลาและปริมาณในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

3.การตรวจนับเวชภัณฑ์ในคลังนั้นจะทำโดยแบ่งการตรวจนับออกเป็นกลุ่ม โดยที่ กลุ่ม A ต้องมีการตรวจนับอาทิตย์ละ 1 ครั้ง กลุ่ม B ต้องมีการตรวจนับทุก ๆ 15 วัน และกลุ่ม C ทำการตรวจนับเดือนละ 1 ครั้ง

เพื่อให้มีเวชภัณฑ์ที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ว่าจะในช่วงเวลาปกติหรือในช่วงเวลาที่มีสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างกรณีการระบาดของไวรัสโควิด – 19 ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรทำการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความละเอียดมากพอ เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้วิเคราะห์ จัดเรียง และจัดลำดับความสำคัญ

2. ควรนำทฤษฎี หรือวิธีการพยากรณ์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิจัย

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการใช้งานเวชภัณฑ์ในช่วงเวลาปกติเปรียบเทียบกับช่วงเวลาที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 ดังนั้นจากการศึกษางานวิจัยฉบับนี้ยังสามารถทำการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมและยืดหยุนไปตามสถานณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้

2. นำข้อมูลที่ได้จากการจัดกลุ่มด้วย ABC Classification มาทำการพยากรณ์ เพื่อเพิ่มความแน่นยำกับข้อมูล และแนวทางในนำไปใช้จริง

8. กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งเกี่ยวกับการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนให้ความรู้และประสบการที่ดีแก่ข้าพเจ้า และเพิ่มเติมข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มาก

9. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย. (2559). *การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เวิร์ค พริ้นติ้ง จำกัด

กระทรวงมหาดไทย. (2558). *กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย.* แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). *ABC analysis* [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563, จาก https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-abcanalysis.

ตฤณภพ มาหา. (2562). *การพัฒนาระบบคลังเวชภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยาของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร.* ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธัญยกรณ์ อ้นมี. (2560). *การพยากรณ์และการวางแผนสร้างสต็อกสินค้า เพื่อลดปัญหาการส่งมอบสินค้าล่าช้า กรณีศึกษาโรงงานผลิตเลนส์แว่นตา.* ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนางานอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นิพนธ์ โตอินทร์. (2556). *การพยากรณ์ความต้องการและการวางแผนสินค้าคงคลัง สำหรับสินค้าเครื่องดื่ม กรณีศึกษา แผนกควบคุมเครื่องดื่มในโรงแรม.* ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโซ่อุปทานแบบบูรณาการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Handanhal Ravinder. (2014). ABC Analysis For Inventory Management: Bridging The Gap Between Research And Classroom Handanhal Ravinder, Ram B. Misra, Montclair State University, USA.

การทบทวนวรรณกรรมการจัดการจราจรทางอากาศ

LITERATURE REVIEW: AIR TRAFFIC MANAGEMENT

บุญญวัฒน์ อักษรกิตติ์

นักศึกษาปริญญาเอก วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: boonyawatgun@gmail.com

อัศวิน วงศ์วิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: asawin.wo@spu.ac.th

วรรษมนต์ สันติศิริ

อาจารย์ สถาบันเทคโนโลยีการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

E-mail: watsamon_sa@rmutto.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเอกสารเรื่องนี้เป็นการบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจราจรทางอากาศระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2563 จากฐานข้อมูลต่างประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาองค์ความรู้และต่อยอดงานวิจัยในอนาคต ผลการวิจัยพบว่ามีการศึกษาด้าน ห้วงอากาศ สภาพคล่องของการจราจรทางอากาศ การจัดการจราจรทางอากาศเป็นส่วนใหญ่ จากนั้นจะใช้วิธีการแก้ปัญหาด้วยวิธีการพัฒนาโมเดลต่างๆ แล้วนำโมเดลที่ได้มาเปรียบเทียบกับเหตุการณ์จริง

คำสำคัญ: การจัดการจราจรทางอากาศ, ห้วงอากาศ, สภาพคล่องการจราจรทางอากาศ

ABSTRACT

This document research is Literature review from air traffic management between years 2018 – 2020 from international database. This research has objective to find new knowledge and do research continued from new knowledge. Result found that almost research is study in Airspace, Air traffic flow management, Air traffic management then solution will be applied to develop model and take the model compare with real world.

KEYWORDS: Air traffic management, Airspace, Air traffic flow management

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

อุตสาหกรรมการบินประกอบไปด้วยหลายฝ่ายซึ่งแต่ละฝ่ายก็มีหน้าที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้ 1) ผู้ออกกฎระเบียบ กำหนดมาตรฐาน ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบินพลเรือนระหว่างประเทศ คือ องค์กรการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO หรือ International Civil Aviation Organization) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สังกัดองค์การสหประชาชาติ (UN หรือ United Nation) 2) ผู้ผลิตอากาศยานซึ่งในปัจจุบันมี 2 ผู้ผลิต คือ บริษัท โบอิ้ง (The Boeing Company) และ บริษัท แอร์บัส (The Airbus Company) ในปัจจุบันทั้งสองบริษัทนี้ได้ออกแบบอากาศยานให้มีการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น บินไกลขึ้น และประหยัดเชื้อเพลิงขึ้น 3) ท่าอากาศยาน มีหน้าที่ให้บริการการขึ้น – ลงของอากาศยาน ซึ่งท่าอากาศยานที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ ท่าอากาศยานนานาชาติปักกิ่งต้าซิง (Beijing Daxing International Airport) ซึ่งมีทางวิ่ง (Runway) ทั้งหมด 9 ทางวิ่ง แบ่งเป็น ทางวิ่งเพื่อของสายการบินพาณิชย์ 8 ทางวิ่ง และทางทหาร 1 ทางวิ่ง 4) ตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศ ซึ่งบริษัทที่มีปริมาณการขนส่งสินค้ามากที่สุดในโลกตอนนี้คือ บริษัท DHL Supply Chain ประเทศเยอรมนี 5) สายการบิน มีหน้าที่บริการขนส่งผู้โดยสารและสัมภาระไปยังจุดหมายปลายทางด้วยความปลอดภัย ซึ่งสายการบินที่ได้รับรางวัลสายการบินที่ดีที่สุดในโลกปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ.2020) คือ สายการบินแอร์นิวซีแลนด์ และ 6) ผู้ให้บริการการเดินอากาศ มีการให้บริการ ด้านการจัดการเทคโนโลยีการเดินอากาศ ด้านอุตุนิยมวิทยา ด้านการค้นหาและช่วยชีวิต ด้านบริการข่าวสารการบิน และด้านจัดการการจราจรทางอากาศ สำหรับผู้ให้บริการการเดินอากาศประเทศไทย คือ บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด

การจัดการจราจรทางอากาศให้มีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย คือ 1) ภาระงานของพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศ 2) เส้นทางการบิน 3) ประสิทธิภาพของอากาศยาน 4) สภาพอากาศ 5) การสื่อสารในการจัดการจราจรทางอากาศ 6) อุปกรณ์/เทคโนโลยีการเดินอากาศ และ 7) ความหนาแน่นและความซับซ้อนของการจราจรทางอากาศ (ICAO, 2018) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศในช่วงปรกติและในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน แต่ทั้งนี้จำนวนเครื่องบินไม่ควรเกินความสามารถในการจัดการจราจรทางอากาศที่สามารถจัดการได้อย่างปลอดภัย ซึ่งในการกำหนดเที่ยวบินที่สามารถจัดการได้อย่างปลอดภัยจะต้องมีการคำนวณและกำหนดขีดความสามารถสำหรับจำนวนอากาศยานการที่สามารถใช้น่านฟ้าและใช้บริการขึ้น – ลงในท่าอากาศยานให้เหมาะสมในช่วงเวลานั้นๆ และหากการจัดการจราจรทางอากาศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้สายการบินมีความตรงต่อเวลา จากงานวิจัยของ บุญญวัฒน์ และคณะ (2562) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตรงต่อเวลาของสายการบิน คือ 1) การทำงานเป็นทีมของพนักงานสายการบิน 2) สภาพอากาศ 3) ผู้โดยสาร/สัมภาระ 4) ความพร้อมของอากาศยาน 5) การให้บริการในลานจอดอากาศยาน และ 6) การจัดการจราจรทางอากาศ นอกจากการจัดการจราจรทางอากาศอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้มีการตรงต่อเวลาแล้วยังส่งผลให้เรื่องอื่นๆ เช่น เพิ่มความปลอดภัยในการเดินอากาศ เพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารขีดความสามารถในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศ ลดค่าใช้จ่ายและปริมาณการเผาผลาญเชื้อเพลิง เป็นต้น

จากเหตุผลในความสำคัญของการจัดการจราจรทางอากาศทำให้คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจราจรทางอากาศเพื่อหาองค์ความรู้ในการต่อยอดการวิจัยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการจัดการจราจรทางอากาศ

(2) เพื่อหาแนวทางต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจราจรทางอากาศ

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการทบทวนวรรณกรรมการจัดการจราจรทางอากาศ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบททวนวรรณกรรม ของ วัชรินทร์ (2558) จากเรื่อง ความสำคัญของการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการวิจัย ได้กล่าวว่าการทบทวนวรรณกรรมมี 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การเลือกหัวข้องานวิจัยที่เหมาะสมที่ต้องการทำวิจัย 2) การสืบค้นข้อมูล 3) การคัดเลือกข้อมูล และ 4) การสังเคราะห์ข้อมูล ของ วิไล และประสพชัย (2561) จากเรื่อง กลยุทธ์การทบทวนวรรณกรรมอย่างสร้างสรรค์สำหรับนักวิจัยมือใหม่ ได้เสนอกลยุทธ์ไว้ 10 ข้อ ดังนี้ 1) ศึกษาคุณค่าความสำคัญของการทบทวนวรรณกรรม 2) ตั้งเป้าหมายหลักของการทบทวนวรรณกรรมอย่างสร้างสรรค์ 3) จัดการขั้นตอนงานวิจัยคู่ขนานกับกลยุทธ์ การวางแผนเริ่มต้นสืบค้นก่อนทบทวนวรรณกรรม 4) ทบทวนวรรณกรรมอย่างมีคุณภาพให้สอดคล้องกับงานวิจัยที่จะทำมากที่สุด 5) การนำวรรณกรรมที่ทบทวนมาใช้ในแต่ละขั้นตอนงานวิจัยจริงและแนวทางการปฏิบัติที่สำคัญ 6) การเขียนรายงานผลการวิจัยและอภิปรายผลด้วยกาใช้วรรณกรรมที่ทบทวน 7) ข้อควรระวังที่พบในการอ้างอิงวรรณกรรมที่ทบทวน 8) แนวทางการเรียบเรียงวรรณกรรมที่เหมาะสมรวมถึงตัวอย่างเปรียบเทียบ ข้อดีและข้อควรปรับปรุง 9) การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณอย่างสร้างสรรค์สำหรับนักวิจัยมือใหม่ และ 10) กลยุทธ์การเข้าถึงห้องสมุดที่มีประสิทธิภาพ ของ อัจฉรา และ มัลลิกา (2559) จากเรื่อง การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ: วิธีปฏิบัติทีละขั้นตอน ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) สรรหาคณะทำงาน 2) เขียนโครงร่างการศึกษา ตามประเด็นต่างๆ 3) การดำเนินงาน และ 4) เขียนสรุปผลการศึกษา ของ สัญญา (2562) เรื่อง หลักการและแนวทางสังเคราะห์งานวิชาการ ซึ่งมี 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ในการสังเคราะห์ 2) วางกรอบแนวคิดในการนำเสนอ 3) สังเขปข้อมูล 4) วางลำดับประเด็นการสังเคราะห์ 5) อธิบายความ 6) ตีความ และ 7) สรุปองค์รวมใหญ่ และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรมทำให้คณะผู้วิจัยสามารถทบทวนวรรณกรรมได้อย่างมีระบบ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากวารสารต่างประเทศในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจราจรทางอากาศ โดยค้นหาจากฐานข้อมูลของต่างประเทศจาก ScienceDirect และ Web of Science ช่วงปี พ.ศ. 2561 – 2563 (ค.ศ. 2018 - 2020) ด้วยคำสำคัญ “Air traffic management” ที่เปิดให้เข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Open access) จำนวนทั้งสิ้น 112 เรื่อง (ค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2563) จากนั้นได้คัดเลือกหัวข้ออย่างเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับ “Air traffic flow ”, “Airspace”, “En-route”, “Capacity” มาได้ทั้งสิ้น 17 เรื่อง และนำเรื่องดังกล่าวมาบททวนวรรณกรรมต่อไป

5. ผลการวิจัย

ผลการจากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 17 เรื่อง พบว่า ปี พ.ศ. 2563 มี จำนวน 5 เรื่อง พ.ศ. 2562 มีจำนวน 11 เรื่อง และใน ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1 เรื่อง ดังต่อไปนี้

C.S.Y. Wong และ คณะ (2020) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง A rolling horizon optimization approach for dynamic airspace sectorization ได้แก้ปัญหาการใช้น่านฟ้าในช่วงเวลาที่สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงซึ่งพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศต้องทำการเปลี่ยนรูปแบบการจราจรโดยฉับพลันและความไม่พร้อมของการใช้ห้วงอากาศเนื่องจากสภาพอากาศ ด้วยวิธีการ a rolling horizon optimization approach เพื่อวางแผนจะจัดการกับปัญหาดังกล่าว

Mayara Conde Rocha Murca และคณะ (2020) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Characterizing the Brazilian airspace structure and air traffic performance via trajectory data analytics โดยการวิเคราะห์ห้วงอากาศของประเทศบราซิลเพื่อประเมินประสิทธิภาพของการจราจรทางอากาศ ด้วย Data – driven approach.

Xinru Du และคณะ (2020) ได้ทำเรื่อง An intelligent recognition model for dynamic air traffic decision – making โดยการสร้างแผนที่จากความร้อน 4 มิติ เพื่อให้ทราบความหนาแน่นของการจราจรทางอากาศเพื่อการตัดสินใจในการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศและยังได้ทดลองจริงกับท่าอากาศยานนานาชาติปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีนอีกด้วย ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้แนะนำการทำการวิจัยครั้งต่อไปโดยการใช้เทคนิคของ Machine learning มาทำนายความหนาแน่นของการจราจรทางอากาศเพื่อมาเป็นการตัดสินในการจัดการจราจรทางอากาศต่อไป

Yan Xu และคณะ (2020) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง A framework for collaborative air traffic flow management minimizing cost for airspace user: Enabling trajectory option and flexible pre – tactical delay management เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านต้นทุนสำหรับผู้ใช้ห้วงอากาศด้านความล่าช้าและเชื้อเพลิง โดยสร้างกรอบการทำงานร่วมกันในการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ ด้วยวิธีการ Mixed integer liner programming (MILP) และยังได้มาทดลองใช้กับห้วงอากาศของประเทศฝรั่งเศสอีกด้วย

Yan Xu และคณะ (2020) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Synchronized demand – capacity balancing in collaborative air traffic flow management เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศและกำหนดเวลาการใช้ห้วงอากาศห้วงอากาศให้ประสานกันมากขึ้น ด้วยวิธีการค่าหาค่าที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

Andrej Novak และคณะ (2019) ได้ทำเรื่อง Number of conflicts at the route intersection – minimum distance model เพื่อคำนวณค่าหาจำนวนเฉลี่ยของอากาศยานที่ละเมิดระยะห่างขั้นต่ำในการบิน ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์

David Garcia และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง A combination model to optimize air traffic flow management problem เพื่อ สร้างโมเดล 4 มิติในการพิจารณาปัญหาที่เกิดจากการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ ด้วนวิธีการ 0-1 Mathematical optimization

G.S. Veresnikov และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Methods for solving of the aircraft landing problem. I. exact solution methods เพื่อ หาคำตอบที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาการลงจอดของเครื่องบิน (หาจำนวนเครื่องบินที่เหมาะสมมาลงจอดเพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้า) ด้วย Exact method และ Branch and bound method.

Hale Erkan และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Collaborative decision making for air traffic management: A generic mathematical program for the rescheduling problem เพื่อกำหนดเวลาขึ้นและลงของอากาศยานด้วยการตัดสินใจร่วมกันในการจัดการจราจรทางอากาศ โดยวิธีสมการทางคณิตศาสตร์

Han Yun – xiang และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Study of the optimization model for traffic flow โดยมุ่งเน้นไปที่ปัญหาที่เกี่ยวกับการประสานงานของเที่ยวบินขาออกเพื่อให้การจราจรทางอากาศไปไปอย่างปรกติด้วย Max – plus model ในการหาค่าที่เหมาะสมที่สุด

Jinglei Huang และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Generalized method of modeling minute-in-trail strategy for air traffic flow management สร้างกลยุทธ์ในการจัดระยะห่างของอากาศยานที่เหมาะสมในขณะอยู่บนอากาศ ด้วย Generation Algorithm.

Nikola Ivanow และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Coordinated capacity and demand management in a redesigned air traffic management value-chain เพื่อออกแบบการจัดการจราจรทางอากาศใหม่ในสนับสนุนการตัดสินใจด้านความสามารถในระดับกลยุทธ์ ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์

Ramazanc และ Cem (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง A Two-Step approach for airborne delay minimization using pretactical conflict resolution in free-route airspace เพื่อลดความล่าช้าของอากาศยาน ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์

Sergio Ruiz และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง A new air traffic flow management user-driven prioritization process for low volume operator in constraint: simulations and results นำเสนอการจัดการสภาพคล่องของการจราจรทาอากาศแบบใหม่ ด้วยการสร้างแบบจำลอง

Yi Lin และคณะ (2019) ทำงานวิจัยเรื่อง Deep learning based short-term air traffic flow prediction considering temporal–spatial correlation เพื่อ ปรับปรุงความแม่นยำและเสถียรภาพของการทำนายความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ โดย machine learning คณะผู้วิจัยได้แนะนำงานวิจัยครั้งต่อไปให้พัฒนาโมเดลเพื่อให้ความทำนายแม่นยำมากกว่านี้

Yulin Liu และคณะ (2019) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Using machine learning to analyze air traffic management actions: Ground delay program case study เพื่อวิเคราะห์การจัดการจราจรทางอากาศ ด้วย Support Vector Machine (SVM (Machine learning), Logistic regression (LR).

Hongyong Wang และคณะ (2018) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Modeling air traffic situation complexity with a dynamic weighted network approach เพื่อสร้างโมเดลในการหาความล่าช้าของอากาศยาน ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหากมีจำนวนการจราจรทางอากาศเพิ่มมากขึ้น ด้วย Dynamic weighted network

6. สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการจัดการจราจรทางอากาศ พบว่าเป็นการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ปีที่มากที่สุดคือปี พ.ศ. 2562 จำนวน 11 เรื่อง ปี พ.ศ. 2563 จำนวน 5 เรื่อง และปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1 เรื่อง ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละปีการพบว่า ปี พ.ศ. 2561 จะเป็นการวิเคราะห์ความล่าช้าของอากาศยานที่ห้วงอากาศ (Airspace) และการจัดการความคล่องตัวของอากาศยาน (Air traffic flow management) ปี พ.ศ. 2562 จะเป็นการวิเคราะห์ที่ การจัดการความคล่องตัวของอากาศยาน จำนวน 5 เรื่อง การจัดการจราจรทางอากาศยาน (Air traffic management) เพื่อการตัดสินใจร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง (Collaborative

decision making) จำนวน 3 เรื่อง การจัดการจราจรทางอากาศ จำนวน 1 เรื่อง การจัดการห้วงอากาศยาน 1 เรื่อง และ เรื่องการลงจอด (Landing) จำนวน 1 เรื่อง และ ปีพ.ศ.2561 จะเป็นการวิเคราะห์ความล่าช้า (Delay) และทำนายปริมาณการจราจรทางอากาศยานในอนาคต ทั้งนี้วิจัยทั้ง 17 เรื่องจะเป็นการแก้ปัญหาที่คล้ายกัน ทั้ง 3 ปี เช่น Machine learning, การสร้างโมเดล 4 มิติ เพื่อทำความเข้าใจปัญหาได้ดีขึ้น, การใช้สมการทางคณิตศาสตร์เพื่อหาค่าที่เหมาะสม, Logistic regression เป็นต้น อีกทั้งงานส่วนใหญ่จะมีกรณีศึกษาเป็นตัวพิสูจน์การแก้ปัญหาว่าสามารถทำได้จริง เช่น ทดลองกับท่าอากาศยาน และห้วงอากาศ เป็นต้น

จากองค์ความรู้ที่ได้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จึงสามารถหาแนวทางต่อยอดงานวิจัย (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) โดยมีแนวคิดที่จะหาจำนวนของอากาศยานที่เหมาะสม (Optimization) ก่อนการลงจอด (Landing) ในช่วงเวลาหนึ่งๆ และจำนวนทางวิ่ง (Runway)/จำนวนลานจอดอากาศยาน (Ramp/Apron) ที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนอากาศยานที่จะมาลงจอดในท่าอากาศยานต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) งานวิจัยเรื่องนี้สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาทำงานวิจัยได้ในอนาคต เช่น การหาวิธีการวิจัยแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำกับของเดิมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรเพิ่มปีที่ศึกษาเป็น 5 ปีย้อนหลังเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพิ่มขึ้น

(2) ควรมีการศึกษาด้านการจัดลานจอดอากาศยานเพื่อลดความล่าช้า

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.อัศวิน วงศ์วิวัฒน์ในการให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ และคณาจารย์ทุกท่านในวิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้ความรู้แก่ข้าพเจ้า ขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ในความอนุเคราะห์ในการเข้าถึงฐานข้อมูลต่างประเทศ และขอบพระคุณผู้เกี่ยวข้องในการจัดงาน SPUCON 2020 ทุกท่านที่ให้โอกาสข้าพเจ้าในการนำเสนองานวิจัยเรื่องนี้

9. เอกสารอ้างอิง

บุญญวัฒน์ อักษรกิตติ์, วรรษมนต์ สันติศิริ และ อัศวิน วงศ์วิวัฒน์. (2563). การวิเคราะห์และเปรียบเทียบปัจจัยการล่าช้าและตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.* 9(1). 70 – 77.

วัชรินทร์ อินทรพรหม. (2558). ความสำคัญของการทบทวนวรรณกรรมสำหรับงานวิจัย. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์.* 10(30). 17 – 30.

วิไล พึ่งผล และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). กลยุทธ์การทบทวนวรรณกรรมอย่างสร้างสรรค์สำหรับนักวิจัยมือใหม่. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์.* 58(4). 47 – 74.

สัญญา เคณาภูมิ. (2562). หลักการและแนวทางการสังเคราะห์งานวิชาการ. *วารสารการบริหารการปกครองและวัตกรรมท้องถิ่น.* 3(2). 89 – 106.

อัจฉรา คำมะทิตย์ และ มัลลิกา มากรัตน์. (2559). การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ:วิธีปฏิบัติทีละขั้นตอน. *วารสารเครือเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้.* 3(3). 246 – 259.

Andrej Novak, Karel Havel, and Peter Adamko. (2019). Number of conflicts at the route intersection – minimum distance model. *Aviation.* 23(1). 1-6.

C.S.Y. Wong, S. Suresh, and N. Sundararajan. (2020). A rolling horizon optimization approach for dynamic airspace sectorization. *IFAC Journal of system and control.* 11(1). 1 – 10.

David Garcia – Heredia, Antonio Alonso – Ayuso, and Elisenda Molina. (2019). A combination model to optimize air traffic flow management problem. *Computer science research.* 112(2019). 1 -10.

G.S. Veresnikov, N.A. Egorov, E.L.Kulida, and V.G.Lebedev. (2019). Methods for solving of the aircraft landing problem. I. exact solution methods. *Automation and Remote control.* 80(7). 1,317 – 1,334.

Hale Erkan, Nesim K. Erkip, Ozge Safak. (2019). Collaborative decision making for air traffic management: A generic mathematical program for the rescheduling problem. *Computer & Industrial engineering.* 137(2019). 1 – 15.

Han Yun – xiang, Zhang Jain – wei, Huang Xiao – qiong. (2019). Study of the optimization model for traffic flow. *Computer & Industrial engineering.* 136(2019). 429 – 435.

Hongyong Wang, Ziqi Song, and Ruiying Wen. (2018). Modeling air traffic situation complexity with a dynamic weighted network approach. *Journal of advanced transportation.* (2018). 1 – 15.

Jinglei Huang, Qiucheng Xu, Yongjie Yan, Hui Ding, and Jing Tain. (2019). Generalized method of modeling minute-in-trail strategy for air traffic flow management. *Mathematical problem in Engineering.* 2019. 1 – 14.

Mayara Conde Rocha Murca, Marcelo Xavier Guterres, McWillian de Oliveira, Joao Basilio Tarelho Szenczuk, Wallance Silva Sant' anna Souza. (2020). Characterizing the Brazilian airspace structure and air traffic performance via trajectory data analytics. *Journal of* air transport management. 85. 1- 10.

Nikola Ivanov, Radosav Jovanovic, Frank Fichert, Arne Strauss, and Stefano Startia. (2019). Coordinated capacity and demand management in a redesigned air traffic management value-chain. *Journal of Air transport management.* 75(2019). 139 – 152.

Ramazan Kursat Cecen and Cem Cetek. (2019). A Two-Step approach for airborne delay minimization using pretactical conflict resolution in free-route airspace. *Journal of advanced transportation* (2019). 1 – 17.

Sergio Ruiz, Laurent Guichard, Nadine Pilon, and Kris Delcourte. (2019). A new air traffic flow management user-driven prioritization process for low volume operator in constraint: simulations and results. *Journal of advanced transportation.* (2019). 1 – 21.

The International civil aviation organization. (2018). *Manual on collaboration air traffic management*. Third edition. Quebec: ICAO.

Xinru Du, Zi Lu, and Dianshuang Wu. (2020). An intelligent recognition model for dynamic air traffic decision – making. *Knowledge – based system.* 199. 1 – 10.

Yi Lin, Jian – Wei Zhang, Hong – Liu. (2019). Deep learning based short-term air traffic flow prediction considering temporal–spatial correlation. *Aerospace science and technology.* 93(2019). 1-9.

Yulin Liu, Yi Lin, Mark Hansen, Alexey Pozdnukhov, and Danqing Zhang. (2019). Using machine learning to analyze air traffic management actions: Ground delay program case study. *Transport research part E.* 131(2019). 80 – 95.

Yan Xu, Ramon Dalmau, Marc Melgosa, Adeline Montlaur, and Xavier Prats. (2020). A framework for collaborative air traffic flow management minimizing cost for airspace user: Enabling trajectory option and flexible pre – tactical delay management. *Transport research part B.* 134(2020). 229 – 255.

Yan Xu, Xavier Prats, and Daniel Delahaye. (2020). Synchronized demand – capacity balancing in collaborative air traffic flow management. *Transport research part C.* 114(2020). 359 – 376.

ศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่ง กรณีศึกษาบริษัท ขนส่งชิ้นส่วนรถมอเตอร์ไซด์

STUDY THE WAYS TO REDUCE TRANSPORTATION COSTS A CASE STUDY OF PARTS MOTORCYCLE

ยุทธวัตร ประโมจนีย์
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 61920229@go.buu.ac.th

ไพโรจน์ เร้าธนชลกุล
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: pairoj@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนการขนส่ง ซึ่งผลสรุปจะเป็นในรูปแบบของการเสนอกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ โดยสัมภาษณ์จากผู้บริหาร 1 คน ตำแหน่งผู้จัดการแผนกขนส่ง ใช้เวลาสัมภาษณ์ 1 วัน ในการวิเคราะห์จะใช้ SWOT Analysis และ PEST Analysis ในการวิเคราะห์ เพื่อที่จะนำผลวิเคราะห์มาเสนอแนวทางในการลดต้นทุนการขนส่ง ทางผู้วิจัยได้เสนอแนวทาง เทคนิคการหาศูนย์กลางของการขนส่ง (Center of Gravity Technique) พบว่าสามารถลดต้นทุนการขนส่งได้ 2 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1. ด้านระยะทาง พบว่าระบบเดิมของบริษัท ระยะทางที่ใช้ในการขนส่งมากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้น โดยวิธี Center of Gravity ระยะทางลดลงจากระบบเดิม 27.88% 2. ด้านระยะเวลา พบว่าระยะเวลาในการขนส่งระบบเดิมของบริษัทใช้เวลามากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้น โดยระบบใหม่วิธี Center of Gravity โดยการเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า ระยะเวลาลดลงจากระบบเดิม 64.84%

ABSTRACT

This research aimed to study ways to reduce transportation costs. The results will be in the form of a strategy proposed by the analysis. By interviewing from one executive, the position of transportation manager It takes 1 day for the interview to be analyzed using SWOT Analysis and PEST Analysis in analysis in order to use the analysis results to propose a way to reduce transportation costs The researcher has proposed a guideline. The Center of Gravity Technique found that the cost of transportation can be reduced in 2 areas as follows. 1. In terms of distance, it was found that the Company's original system The distance used to transport is greater than the system developed by the Center of Gravity method, the distance is reduced by 27.88% from the original system. 2. In terms of timing, it was found that the delivery time of the Company's existing system was longer than the developed system. By the new system, Center of Gravity method, by choosing a distribution center location, the time period decreased from the old system by 64.84%.

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การขนส่งในปัจจุบันนั้นได้เป็นส่วนหนึ่งของระบบการกระจายสินค้าที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจ เพื่อให้ระบบการกระจายสินค้านั้นมีความสมดุล และให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันที่ผ่านมาในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ จะใช้แรงงานเป็นหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ในด้านของการสนับสนุนของการปฏิบัติงานและระบบกระจายสินค้า เพื่อจะส่งผลให้มีการยกระดับการปฏิบัติงานให้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการดำเนินงาน ในด้านของเทคโนโลยีที่ทันสมัยนั้นย่อมให้ผลดีมากกว่าผลเสีย ที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาระบบการขนส่งการวางแผนการขนส่ง รวมถึงการบริหารจัดการ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การขนส่งเป็นอุตสาหกรรมการบริการ ที่มีความสำคัญเป็นสิ่งที่จำเป็นในส่วนต่าง ๆ ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางหรือการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง โดยต้องอาศัยการขนส่งในการเคลื่อนย้ายทั้งสิ้น

การขนส่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ ที่ทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานที่ที่การขนส่งเข้าไปไม่ถึง ได้รับสินค้าหรือบริการตามต้องการ การขนส่งจะนำสินค้าตั้งแต่แหล่งผลิต ไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งทั้งสิ้น ถ้าที่แห่งใดมีถนนและมียานพาหนะเพียงพอรวมไปถึงมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดี ย่อมทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วนั้นจะทำให้สภาพเศรษฐกิจของที่แห่งนั้นมีความสมบูรณ์แบบ การขนส่งจึงมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญไม่น้อยกว่ากิจกรรมอื่น ๆ ในการดำเนินธุรกิจ

จากความสำคัญข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของระบบการขนส่ง ซึ่งบริษัทกรณีศึกษาดังกล่าวประกอบธุรกิจขนส่งชิ้นส่วนประกอบรถมอเตอร์ไซด์ ในพื้นที่บริเวณ จังหวัดระยอง ณ ปัจจุบันได้ประสบปัญหาด้านการขนส่ง จึงต้องการลดต้นทุนด้านขนส่งลง โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ต้องการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่ง กรณีศึกษาบริษัท ขนส่งชิ้นส่วนประกอบรถมอเตอร์ไซด์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่งของกรณีศึกษาบริษัท xyz

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง ศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่ง ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าแล้วจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. SWOT Analysis
2. PEST Analysis

3.1 แนวคิด ทฤษฎี

SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยเป็นเครื่องมือประเมินสถานการณ์ขององค์กรจากสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค ซึ่งมีผลกระทบต่อองค์กร

[3] ปัจจัยที่ 1 จุดแข็ง หรือ S (Strength) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ภายในองค์กรหรือบริษัทที่เป็นจุดแข็ง ข้อดี หรือจุดเด่นขององค์กรหรือบริษัทที่จะนาไปสู่ความได้เปรียบคู่แข่งทาให้องค์กรหรือบริษัทได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้เช่น จุดแข็งด้านเงินทุน จุดแข็งด้านการบริการ ความสามารถในการผลิต ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นต้น

[5] ปัจจัยที่ 2 จุดอ่อน หรือ W (Weakness) เป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนหรือข้อจากัดต่างๆ ที่เกิดจากปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ ทำให้องค์กรหรือบริษัทประสบปัญหาและไม่สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือบริษัทได้ ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสียเปรียบในด้านของการแข่งขันขององค์กรหรือบริษัท เช่น จุดอ่อนด้านการเงิน ด้านบริการหรือช่องทางในการจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยองค์กรหรือบริษัทจะต้องวิเคราะห์และนาจุดอ่อนนี้ไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อไม่ให้คู่แข่งนำจุดอ่อนนี้ไปเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งแข่งกับองค์กรหรือบริษัทได้

[2] ปัจจัยที่ 3 โอกาส หรือ O (Opportunity) เป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสหรือข้อได้เปรียบขององค์กรหรือบริษัท ซึ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมให้องค์กรหรือบริษัทประสบความสาเร็จ องค์กรหรือบริษัทจะต้องเฝ้าสังเกตถึงปัจจัยทางสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างประโยชน์ โอกาส และกาไรของบริษัทหรือองค์กรนั้นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โอกาสจากสภาวะเศรษฐกิจดีหรือสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด เป็นต้น

[6] ปัจจัยที่ 4 อุปสรรค หรือ T (Threat) เป็นการวิเคราะห์อุปสรรคหรือภัยคุกคามหรือข้อจากัดที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ที่มีผลกระทบต่อบริษัทหรือองค์กรและเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งอาจขัดขวางไม่ให้บริษัทหรือองค์กรไปถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ และทำให้เกิดความเสียเปรียบด้านการแข่งขัน การวิเคราะห์อุปสรรคนี้จะทำให้บริษัทหรือองค์กรสามารถรับมือหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ เช่น อุปสรรคจากคู่แข่ง อุปสรรคจากการเมือง อุปสรรคจากภัยธรรมชาติ เป็นต้น

2. PEST Analysis

การวิเคราะห์ PEST Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยการวิเคราะห์นี้จะทำให้ทำความเข้าใจของการเติบโตหรือการกำลังหดตัวของตลาด ตำแหน่งของธุรกิจ ความเป็นไปได้ของการขยายธุรกิจ รวมไปถึงทิศทางของการดำเนินธุรกิจว่าจะเป็นไปในทิศทางไหน โดยจะแบ่งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็น 4 ปัจจัย ที่สามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

[1] ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) เป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของรัฐและนโยบายของรัฐ ซึ่งครอบคลุมในเรื่องของการแทรกแซงของนโยบายรัฐที่มีผลต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขาย การเก็บภาษี การควบคุมการค้า กฎหมายแรงงาน ย่อมเป็นปัจจัยที่ควรคานึงเสมอและความมั่นคงทางการเมืองก็ยังเป็นปัจจัยที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะกำหนดว่าธุรกิจจะสำเร็จหรือล้มเหลว นอกเหนือจากนี้แล้วกฎเกณฑ์และกฎหมายของประเทศก็สามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทหรือองค์กรได้อีกด้วย

[2] ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศหรือขององค์กรหรือบริษัท ก่อให้เกิดผลกระทบที่มีต่อระบบเศรษฐกิจในวงกว้าง และส่งผลต่อความสามารถในการหากาไรและการดึงดูดผู้บริโภคโดยรวม รวมไปถึงสภาวะทางเศรษฐกิจของพื้นที่โดยรอบ การเปลี่ยนแปลงแนวโน้มทางเศรษฐกิจ การผันผวนของค่า GPD ของประเทศ อัตราการแลกเปลี่ยน ความสามารถในการกระจายสินค้าและการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยทางด้านนี้มีการเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทต้องมีการรับมือจากผลกระทบของปัจจัยนี้ด้วย

[3] ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และประชากร ซึ่งปัจจัยด้านนี้จะเป็นตัวกำหนดค่านิยม ความเชื่อ และการใช้ชีวิตประจาวันที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค นักการตลาดจึงต้องพิจารณาถึงค่านิยมในวัฒนธรรมของกลุ่มและการเปลี่ยนแปลงขอวัฒนธรรม เพราะไม่ใช่แค่เป็นปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับกลุ่มของสังคมอีกด้วย รวมทั้งยังต้องศึกษาและทาความเข้าใจวัฒนธรรมและสังคม โดยเฉพาะวัฒนธรรมและสังคมของตลาดเป้าหมาย

[4] ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Factor) เป็นปัจจัยทางเทคโนโลยีที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบหรือเสียเปรียบทางการแข่งขัน และนำมาใช้เพื่อสร้างกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และแรงกระตุ้นทางเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนความเป็นโลกาภิวัฒน์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนี้สร้างทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อองค์กรหรือธุรกิจ ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทจึงควรให้ความสำคัญในการคิดกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้า

การวิเคราะห์ PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการใช้วิเคราะห์ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี หลังจากการวิเคราะห์ จะสามารถใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจของการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานขององค์กร สำหรับการเปิดตลาดใหม่

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 เครื่องมือวิจัย

1. SWOT Analysis
2. PEST Analysis

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. โดยสัมภาษณ์จากผู้บริหาร 1 คน ตำแหน่งผู้จัดการแผนกขนส่ง ใช้เวลาสัมภาษณ์ 1 วัน เพื่อนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ SWOT Analysis และ PEST Analysis

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลของการศึกษามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาแนวทางที่จะลดต้นทุนการขนส่ง โดยจะใช้ทฤษฎี SWOT Analysis และ PEST Analysis มาทำการวิเคราะห์หาสาเหตุ
2. เสนอแนวทางในการลดต้นทุนของการขนส่ง
3. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5. ผลการวิจัย

สรุปผลของการศึกษาหาแนวทางลดต้นทุนการขนส่ง หลังจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ PEST Analysis ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการลดต้นทุนการขนส่งที่เหมาะสมกับบริษัท ดังต่อไปนี้

โดยใช้วิธี เทคนิคการหาศูนย์กลางของการขนส่ง (Center of Gravity Technique) เป็นวิธีการที่ใช้เลือกศูนย์กลางของการกระจายสินค้า ที่สามารถประหยัดต้นทุนค่าขนส่งรวมได้มากที่สุด โดยใช้การคำนวณหาที่ตั้งทางภูมิศาสตร์แห่งเดียวตามระยะทางและน้ำหนักของสินค้าที่ต้องขนส่ง สามารถลดต้นทุนการขนส่งได้ดังนี้

1. ด้านระยะทาง พบว่าระบบเดิมของบริษัท ระยะทางที่ใช้ในการขนส่งมากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้นโดยวิธี Center of Gravity ระยะทางลดลงจากระบบเดิม 27.88%

2. ด้านระยะเวลา พบว่าระยะเวลาในการขนส่งระบบเดิมของบริษัทใช้เวลามากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้นโดยระบบใหม่วิธี Center of Gravity โดยการเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าระยะเวลาลดลงจากระบบเดิม 64.84%

6. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่ง กรณีศึกษาบริษัท ขนส่งชิ้นส่วนรถมอเตอร์ไซด์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาหาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่ง โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis และ PEST Analysis ในการวิเคราะห์ เพื่อจะนำผลวิเคราะห์มาเสนอแนวทางในการลดต้นทุนการขนส่ง หลังจากวิเคราะห์ทางผู้วิจัยได้เสนอแนวทางแก่บริษัท คือ เทคนิคการหาศูนย์กลางของการขนส่ง (Center of Gravity Technique) สามารถประหยัดต้นทุนค่าขนส่งรวมได้มากที่สุด โดยใช้การคำนวณหาที่ตั้งทางภูมิศาสตร์แห่งเดียวตามระยะทางและน้ำหนักของสินค้าที่ต้องขนส่ง สามารถลดต้นทุนการขนส่งได้ดังนี้

1. ด้านระยะทาง พบว่าระบบเดิมของบริษัท ระยะทางที่ใช้ในการขนส่งมากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้นโดยวิธี Center of Gravity ระยะทางลดลงจากระบบเดิม 27.88%

2. ด้านระยะเวลา พบว่าระยะเวลาในการขนส่งระบบเดิมของบริษัทใช้เวลามากกว่าระบบที่พัฒนาขึ้นโดยระบบใหม่วิธี Center of Gravity โดยการเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าระยะเวลาลดลงจากระบบเดิม 64.84%

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำเสนอกลยุทธ์ที่สามารถลดต้นทุนการขนส่ง และมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

(2) การนำกลยุทธ์ที่เป็นแนวทางการลดต้นทุนนั้น ผู้บริหาร บุคลากรและพนักงานต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการหรือกลยุทธ์ที่จะสามารถทำให้ลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการปรับตัว โครงสร้างภายในบริษัทให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อที่จะรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

(2) ศึกษาเพิ่มเติมกลยุทธ์หรือแนวทางและข่าวสารต่าง ๆที่จะสามารถลดต้นทุนการขนส่ง เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลก อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรารวมไปถึงราคาน้ำมัน เป็นต้น

8. กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ให้ทุนสนับสนุนในการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความกรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ที่มีคุณค่าให้แก่ผู้วิจัย จึงขอกราบ

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ในโอกาสนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญุตาบูชาแด่บิดา มารดา ครูอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

9. เอกสารอ้างอิง

[1] วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2555). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.

[2] ปณิศา มีจินดา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน (Marketing strategy and planing).* กรงเทพฯ: Diamond in business world.

[3] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2557). *การบริหารการตลาด.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

[4] พิบูล ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2559). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ = Strategic management.* กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

[5] ณัฐพล ใยไพโรจน์. (2558ข). *Basic marketing : การตลาดเข้าใจง่ายกว่าที่คุณคิด.* นนทบุรี: ไอดี ซี พรีเมียร์.

[6] วิกรานต์ มงคลจันทร์. (2558). *Marketing for work : งานตลาด "จากการวางแผน สู่การปฏิบัติ"* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: อาคเนย์การพิมพ์.

การทบทวนวรรณกรรมการขนส่งทางอากาศ

LITERATURE REVIEW: AIR TRANSPORTATION

วรรษมนต์ สันติศิริ

นักศึกษาปริญญาเอก วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: wsantisiri@gmail.com

ดร.อัศวิน วงศ์วิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์. วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: asawin.wo@spu.ac.th

บุญญวัฒน์ อักษรกิตติ์

อาจารย์ สถาบันเทคโนโลยีการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

E-mail: boonyawat_ak@rmutto.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยด้านเอกสารในการทบทวนวรรณกรรมการขนส่งทางอากาศในปี พ.ศ. 2558 – 2563 ฐานข้อมูลของต่างประเทศ จาก IEEE Xplore และในประเทศจาก Tci – thaijo ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาองค์ความรู้และต่อยอดงานวิจัยในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องบรรจุตู้สินค้าไปในตัวอากาศยาน ด้วยวิธี การหาจำนวนที่เหมาะสม, การกระจายการทำงานเชิงคุณภาพ, และ การจัดเส้นทางเดินรถ (อากาศยาน) เป็นต้น ส่วนการต่อยอดงานวิจัยในอนาคตจะทำการไปในด้านน้ำหนักและความสมดุลของอากาศยาน

คำสำคัญ: การขนส่งทางอากาศ, การขนส่งสินค้าทางอากาศ, น้ำหนักและความสมดุล

ABSTRACT

This document research is literature review from air transport between years 2015 – 2020 from IEEE Xplore (International database) and Tci – thaijo (National database). This research has objective to find new knowledge and do research continued from new knowledge. Result found almost researches are loading cargo into the aircraft by using Optimization, Quality function deployment, and Vehicle (Aircraft) routing problems. As for future research will be focus on aircraft weight and balance.

Keywords: Air transport, Air cargo, weight and balance

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การขนส่งทางอากาศ (Air transportation) เป็นรูปแบบการขนส่งหนึ่งในโลจิสติกส์ซึ่งสามารถแบ่งออกมาได้ 2 ประเภทหลักๆ คือ 1) การขนส่งที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์ (Non - commercial transport) เช่น ทางการทหาร หรือทางการแพทย์ 2) การขนส่งเชิงพาณิชย์ (Commercial transport) ซึ่งในการขนส่งเชิงพาณิชย์นั้นเครื่องบินถูกออกแบบให้ขนส่งได้ทั้งผู้โดยสารและสินค้า/สัมภาระ หรือสามารถที่จะขนส่งได้เฉพาะสินค้าอย่างเดียว โดยในปัจจุบันการขนส่งทางอากาศถือเป็นการขนส่งที่รวดเร็วที่สุดในโลกและต้องอยู่ภายใต้การประหยัดด้าน ต้นทุนตรงต่อเวลา แต่มีคุณภาพและต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เคร่งครัดตามเพื่อรักษามาตรฐานความปลอดภัยขององค์กรการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO หรือ International Civil Aviation Organization) ซึ่งถือเป็นความท้าท้ายสายการบินต่างๆ ให้สามารถขนส่งให้ได้ตรงเวลาและปลอดภัย แต่มีปริมาณผู้โดยสารและสินค้าที่สามารถทำกำไรให้บริษัทได้

สำหรับปริมาณการการขนส่งทางอากาศ นั้นขึ้นอยู่กับประเภทของอากาศยานซึ่งมีอยู่ 2 ประเภทหลักๆ คือ จากบริษัท Airbus และ บริษัท Boeing ซึ่งในแต่ละบริษัทก็มีขนาดของอากาศยานที่แตกต่างกัน เช่น อากาศยานแบบ A320 จะสามารถบรรทุกผู้โดยสาร/สินค้าได้น้อยกว่าอากาศยานแบบ A380 ซึ่งเป็นอากาศยานที่ใหญ่กว่า หรือ อากาศยานแบบ B777 จะสามารถบรรทุกผู้โดยสาร/สินค้าได้มากกว่าอากาศยานแบบ B737 ซึ่งเป็นอากาศยานที่เล็กกว่า เป็นต้น และ ซึ่งอากาศยานแต่ละขนาดก็มีวิธีการจัดวางที่นั่งผู้โดยสารและใช้ตู้สินค้าที่ต่างกัน ทั้งนี้โดยปรกติแล้วเมื่อใช้อากาศยานที่ใหญ่กว่าก็แสดงถึงจำนวนปริมาณของผู้โดยสารและสินค้าที่สามารถขนได้เพิ่มมากขึ้นก็จริง แต่ทั้งนี้หากคำนวณน้ำหนักและความสมดุลของอากาศยาน (Aircraft weight and balance) ผิดพลาดแล้วย่อมส่งผลต่อกำไร (เช่น ปริมาณน้ำมันที่บรรทุกในแต่ละเที่ยว) ที่จะได้การจากการขนส่งและความปลอดภัยของอากาศยานตลอดจนชีวิตของนักบิน ลูกเรือ และผู้โดยสารได้

ในปัจจุบันนี้วิธีการคำนวณความสมดุลของอากาศยานขึ้นอยู่กับสายการบิน บางสายการบินก็มีระบบที่คอยคำนวณ หรือบางสายการบินต้องใช้พนักงานที่มีใบอนุญาตในการคำนวณ และสำหรับการจัดประเภทของที่นั่งในชั้นต่างๆ (ชั้นประหยัด ชั้นธุรกิจ และชั้นเฟิร์สคลาส) และการจัดเรียงสินค้าบนอากาศยานก็ต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ในการจัดที่นั่งของผู้โดยสารและวางสินค้าให้สมดุลจึงจะทำให้อากาศยานบินขึ้น (Take – off) ได้อย่างปลอดภัย

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้คณะผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการขนส่งทางอากาศ จึงมีความต้องการที่จะทบทวนวรรณกรรมในด้านดังกล่าวเพื่อหาองค์ความรู้ในการต่อยอดงานวิจัยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการขนส่งทางอากาศ

(2) เพื่อหาแนวทางต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการขนส่งทางอากาศ

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการทบทวนวรรณกรรมการจัดการจราจรทางอากาศ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการบททวนวรรณกรรมของ พรพรรณ (2559) จากเรื่องการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการวิจัย ได้กล่าวว่า การทบทวนวรรณกรรมสามารถใช้ได้กับงานวิจัยทั้ง 5 บท ซึ่งการทบทวนวรรณกรรมมีความสำคัญดังนี้ 1) เพื่อให้มีความรู้

ความเข้าใจในประเด็นที่ต้องการวิจัยเพิ่มมากขึ้น 2) เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในงานวิจัย มีประเด็นไหนบ้างที่น่าเชื่อถือ 3) เพื่อสามารถกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย 4) เพื่อสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม 5) เพื่อสามารถกำหนดสมมติฐานให้มีทิศทางที่ชัดเจน 6) เพื่อสามารถนิยามศัพท์ได้ชัดเจน 7) เพื่อให้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานวิจัย 8) เพื่อทราบถึงวิธีการเขียนรายงานผลการวิจัยของนักวิจัยแต่ละคน 9) เพื่อสามารถทราบข้อค้นพบการวิจัยก่อนหน้าว่าพบอะไรบ้าง และ 10) เพื่อสามารถต่อยอดการวิจัยที่เคยศึกษาไว้แล้วได้ อีกทั้งยังมีแนะนำแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในการหาข้อมูล เช่น ตำรา วารสาร ฐานข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต ต่างๆ เป็นต้น ของ สัญญา (2562) จากเรื่อง หลักการและแนวทางสังเคราะห์งานวิชาการ ได้กล่าวว่า การสังเคราะห์งานวิชาการแบ่งเป็น 5 ลักษณะ คือ 1) การสังเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลดิบ 2) การสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ 3) การสังเคราะห์งานวิจัย 4) การสังเคราะห์ผลงานยอดเยี่ยม และ 5) การวิเคราะห์รายกรณียอดเยี่ยม ซึ่งการวิเคราะห์งานวิชาการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ 2) วางกรอบแนวคิดในการนำเสนอ 3) สังเขปข้อมูล 4) วางลำดับประเด็นในการสังเคราะห์ 5) อธิบายความหรือร้อยเรียงการนำเสนอ 6) ตีความ/การอธิบายความหมายที่ซ่อนอยู่ และ 7) สรุปองค์รวมใหญ่ในการขมวดทุกประเด็นเป็นเรื่องเดียวของ อัจฉรา และ มัลลิกา (2559) จากเรื่อง การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ: วิธีปฏิบัติทีละขั้นตอน ได้กล่าวว่า ขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบมีดังนี้ คือ 1) สรรหาคณะทำงานโดยให้สรรหาคณะทำงานที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันและทีมควรมี ผู้ที่มีประสบการณ์การในการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหา และผู้ที่มีทักษะการค้นคว้า เป็นต้น 2) เขียนโครงร่างการศึกษา ตามประเด็นต่างๆ เช่น หลักการและเหตุผลในการบททวนวรรณกรรม ประเภทในการทบทวนวรรณกรรม เป็นต้น 3) การดำเนินงานโดยคัดกรองผลงานว่าจะนำเรื่องใดมาใช้ วิเคราะห์และสรุปผล และ 4) เขียนสรุปผลการศึกษาโดยเขียนถึงกระบวนการศึกษาทั้งหมดและเขียนผลการศึกษา ของ วัชรินทร์ (2558) จากเรื่อง ความสำคัญของการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการวิจัย ได้กล่าวว่า กระบวนการทบทวนวรรณกรรมมี ดังนี้ 1) การเลือกหัวข้องานวิจัยที่เหมาะสมที่ต้องการทำวิจัย เช่น กากำหนดคำถามของงานวิจัยและวางแผนว่าจะตอบคำถามนั้นอย่างไร เป็นต้น 2) การสืบค้นข้อมูล สามารถค้นได้จากหนังสือ บทความ ฐานข้อมูลต่างๆ เป็นต้น 3) การคัดเลือกข้อมูลโดยต้องดูว่างานวิจัยที่เลือกมาสามารถนำไปใช้ได้มากแค่ไหน ครอบคลุมงานวิจัยหรือไม่ และ 4) การสังเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดเรียงหมวดหมู่และสรุปผลที่ได้ ซึ่งประโยชน์ของการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น การเขียนความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา การกำหนดวัตถุประสงค์/การตั้งสมมติฐานการวิจัย และอภิปรายผล เป็นต้น

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดเรียงสินค้า ของ วรรษมนต์ และ บุญญวัฒน์ (2559) ได้กล่าวว่า เพื่อให้มีความสะดวกในการขนย้ายเพื่อจะต้องทราบขนาดต่างๆ ของสินค้า เช่น กว้าง ยาว สูง และน้ำหนัก จากนั้นนำสิ่งที่ได้มาคำนวณเพื่อจัดเรียงต่อไป ประเภทของสินค้าก็ต้องใช้ชนิดของตู้ที่แตกต่างกัน เช่น สินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิต้องใช้ตู้ RAP สินค้าที่เป็นของสดจะใช้ตู้ AKE สินค้าที่เป็นของมีมูลค่าจะใช้ตู้ GOH เป็นต้น และการจัดเรียงมักจะนำของที่มีขนาดใหญ่และน้ำหนักมากสุดไว้ด้านล่าง ทั้งนี้หากที่มีเหลือในการจัดเรียงสินค้าก็สามารถแทรกเข้าไปได้แต่ต้องดูว่าเป็นประเภทเดียวกันหรือไม่

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากวารสารต่างประเทศในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ โดยค้นหาจากฐานข้อมูลของต่างประเทศ จาก IEEE Xplore และในประเทศจาก Tci – thaijo ช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2563 (ค.ศ.2015 - 2020) ด้วยคำสำคัญ

"Air Transport" ที่เปิดให้เข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Open access) จำนวนทั้งสิ้น 21 เรื่อง (ค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2563) จากนั้นได้คัดเลือกหัวข้ออย่างเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับ "Cargo loading ","weight and balance", "Load control optimization" และได้มาได้ทั้งสิ้น 8 เรื่อง และนำเรื่องดังกล่าวมาบททวนวรรณกรรมต่อไป

5. ผลการวิจัย

ผลการจากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 8 เรื่อง พบว่า ปี พ.ศ. 2563 มี จำนวน 2 เรื่อง พ.ศ. 2562 มีจำนวน 3 เรื่อง และใน ปี พ.ศ. 2561, 2559, และ 2558 มีจำนวนปีละ 1 เรื่อง ดังต่อไปนี้

Gang และคณะ (2020) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Comprehensive optimization of the unmanned tilt – wing cargo aircraft with distributed propulsors โดยทำการวิจัยการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับเครื่องบินรุ่นนี้ในด้านอากาศพลศาสตร์ เสียงรบกวน และการสมดุลน้ำหนักของอากาศยาน ด้วยการใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์และ Genetic algorithm.Vinod และ คณะ (2020) ได้ทำเรื่อง Multi – objective particle swarm optimization for cargo packaging in large containers ได้หาวิธีที่เหมาะสมที่สุดให้การเลือกบรรจุภัณฑ์ในตู้คอนเทนเนอร์ที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Mixed species particle swarm optimization (MSPSO)

พรพงศ์ และ ธีรพจน์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบแนวความคิดของตู้บรรทุกสินค้าอากาศยานขนาด LD3 ชนิดถอดประกอบได้ โดยได้แก้ปัญหาเรื่องพื้นที่ระวางบรรทุกสินค้าใต้ท้องอากาศยานโดยการใช้เทคนิคการกระจายการทำงานเชิงคุณภาพ (QFD: Quality function deployment) และเทคนิคการปรับตัวเครื่องจักรอย่างรวดเร็ว (SMED: Single – minute exchange of die) ซึ่งผลที่ได้มีความน่าจะใจในการนำตู้บรรทุกสินค้าไปใช้ร้อยละ 75 ส่วน ร้อยละ 25 ไม่สนใจในการนำไปใช้เนื่องจากกังวลเรื่องความปลอดภัย. Felix และ Stefan (2019). ได้ทำเรื่อง The cargo load planning problem – a consolidated problem definition and literature review on related problem. เรื่องนี้ บอกวิธีการแก้ปัญหาของการวางแผนบรรทุกสินค้าทางอากาศ (ACLPP: Air cargo load planning problem) ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น Non – liner MIP, Multiple linear combinations, Mixed – integer linear programming (MILP), และ Vehicle routing problems เป็นต้น. Jing Zhang (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Optimization and improvement of transportation assembly model of civil aviation cargo aircraft ได้แก้ปัญหาข้อจำกัดของพื้นที่ในการบรรจุสินค้าให้ได้มากที่สุดอย่างมีประสิทธิและมีกำไร ด้วยการใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์และ Genetic algorithm ในการหาค่าที่เหมาะสม

Maria และ คณะ (2018) ได้ทำเรื่อง Strategy to improve the effectiveness of air cargo import delays โดยการนำระบบ RFID (Radio frequency identification) มาใช้การแก้ปัญหาความล่าช้าในการรับสินค้าขาเข้า ซึ่งการนำระบบดังกล่าวมาใช้สามารถปัญหาที่เกิดขึ้นได้

Nadia และ Saoussen (2016) ได้ทำเรื่อง Solving a load balancing problem with a multi-objective particle swarm optimisation approach: application to aircraft cargo transportation โดยการทำให้ขนสินค้าให้ได้มากที่สุด แต่ใช้เชื้อเพลิงน้อยที่สุด ด้วยวิธีการหาค่าที่เหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค (Particle swarm optimization)

Virgnie และ Michael (2015) ได้ทำเรื่อง The Airline Container Loading Problem with pickup and delivery โดยหาค่าที่เหมาะสมของน้ำหลักและความสมดุลของอากาศยานในการโหลดตู้คอนเทนเนอร์และพาเลทไปยังอากาศยานที่ต้องไปส่งในหลายท่าอากาศยาน เพื่อลดน้ำมันเชื้อเพลิงและต้นทุนต่างๆ ด้วยวิธีการ Mixed integer linear program โดยใช่กรณีศึกษาของ TNT Airways

6. สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการขนส่งทางอากาศ พบว่า งานวิจัยจำนวน 4 เรื่องในปี พ.ศ. 2562 2559 และ 2558 งานจะให้ความสำคัญกับการบรรจุตู้สินค้าไปในตัวอากาศยาน และต้องการใช้พื้นที่ในการบรรจุสินค้าให้มากที่สุดแต่ทั้งนี้ต้องมีความปลอดภัยและประหยัดเชื้อเพลิงให้ได้มากที่สุดเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2561 ได้มีการแก้ปัญหาความล่าช้าในการรับสินค้าขาเข้าด้วยระบบ RFID ในปี พ.ศ. 2562 ได้มีการออกแบบตู้บรรทุกสินค้าแบบ LD3 ให้ถอดประกอบได้เพื่อประหยัดเนื้อที่บนอากาศยาน ส่วนในปี พ.ศ.2563 ได้มีการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ที่เหมาะสมในการบรรจุสินค้า ซึ่งหากใช้ตู้ที่เหมาะสมแล้วจะส่งผลให้ใช้พื้นที่บนอากาศยานได้อย่างคุ้มค่า และในปีเดียวกันที่พูดถึงเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับเครื่องบินรุ่น unmanned tilt – wing cargo aircraft นี้ในด้านอากาศพลศาสตร์ เสียงรบกวน และการสมดุลน้ำหนักของอากาศยาน เพื่อต่อยอดในการใช้ทางต่อไปในอนาคต สำหรับการแก้ปัญหาในงานวิจัยจะมีหลากหลายวิธี เช่น วิธี Optimization, การกระจายการทำงานเชิงคุณภาพ (QFD: Quality function deployment), และ Vehicle routing problems เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการขนส่งทางอากาศ เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แล้ว พบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกับการคำนวณน้ำหนักและความสมดุลของอากาศยาน (Aircraft weight and balance) ซึ่งการคำนวณดังกล่าวมีผลในหลายๆ ด้าน เช่น การลดต้นทุนจากน้ำมันที่เติม จำนวนผู้โดยสาร/สินค้า ที่สามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้น และที่สำคัญที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยของอากาศยาน ฉะนั้นคณะผู้วิจัยจึงจะต่อยอดงานวิจัยไปในด้าน การคำนวณน้ำหนักและความสมดุลของอากาศยาน (Aircraft weight and balance) รวมถึงการพัฒนาให้เป็นระบบโดยที่ไม่ต้องใช้มนุษย์ในการคำนวณต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) งานวิจัยเรื่องนี้สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาทำงานวิจัยได้ในอนาคต เช่น การคำนวณน้ำหนักและความสมดุลของอากาศยาน เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรเพิ่มฐานข้อมูลอื่นๆ ในต่างๆประเทศ เพื่อให้ได้งานวิจัยที่เพิ่มขึ้น

(2) ควรมีการศึกษางานวิจัยในศึกษาด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ได้แนวคิดที่หลากหลาย

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ xxxxxxxxxx วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุมในการให้คำปรึกษางานวิจัยเรื่องนี้ และคณาจารย์ในวิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้ความรู้และคำแนะนำในการเรียนระดับปริญญาเอก ขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ในความอนุเคราะห์ในการเข้าถึงฐานข้อมูลต่างประเทศและในประเทศ และขอบพระคุณผู้เกี่ยวข้องในการจัดงาน SPUCON 2020 ทุกท่านที่ให้โอกาสข้าพเจ้าในการนำเสนองานวิจัยครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

พรพงศ์ สันติวิบูลย์ และ ธีรพจน์ เวศพันธุ์. (2562). การออกแบบแนวความคิดของตู้บรรทุกสินค้าอากาศยานขนาด LD3 ชนิดถอดประกอบได้. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*. 12(1). 83 – 95.

พรพรรณ จันทร์แดง. (2559). การทบทวนวรรณกรรมสำหรับการวิจัย. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ*. 1(2). 146 – 161.

วัชรินทร์ อินทรพรหม. (2558). ความสำคัญของการทบทวนวรรณกรรมสำหรับงานวิจัย. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*. 10(30). 17 – 30.

วรรษมนต์ สันติศิริ และ บุญญวัฒน์ อักษรกิตติ์. (2559). แนวทางการป้องกันความล่าช้าในการจัดเรียงสินค้าเน่าเสียง่าย กรณีศึกษา สายการบิน เอมิเรตส์ สกายคาร์โก้. ใน *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2559* (น.643-652). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

สัญญา เคณาภูมิ. (2562). หลักการและแนวทางการสังเคราะห์งานวิชาการ. *วารสารการบริหารการปกครองและวัตกรรมท้องถิ่น*. 3(2). 89 – 106.

อัจฉรา คำมะทิตย์ และ มัลลิกา มากรัตน์. (2559). การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ:วิธีปฏิบัติทีละขั้นตอน. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*. 3(3). 246 – 259.

Felix Brandta and Stefan Nickelb. (2019). The cargo load planning problem – a consolidated problem definition and literature review on related problem. *European Journal of operation research.* (2019) 1 – 33

Gang Chen, Dongli Ma, Yuhong Jia, Xinglu Xia, and Cheng He. (2020). Comprehensive optimization of the unmanned tilt – wing cargo aircraft with distributed propulsors. *Chinese Journal of aeronautic.* 8(2020). 137,867 – 137,883.

Jing Zhang. (2019). Optimization and improvement of transportation assembly model of civil aviation cargo aircraft. *The Journal of Engineering.* 12(2019). 8,448 – 8451.

Maria Diana Bota Mukin, Adjie Farhan, and Sekar Widyastuti Pratiwi. (2018). Strategy to improve the effectiveness of air cargo import delays. *Advances in engineering research.* 147(2018). 582 – 589.

Nadia Dahmani และ Saoussen Krichen. (2016). Solving a load balancing problem with a multi-objective particle swarm optimization approach: application to aircraft cargo transportation. *International Journal of operation research.* 27(1/2). 62 – 84.

S S V.C., Anand Hareendran S., S S.S. (2020) Multi-objective Particle Swarm Optimisation for Cargo Packaging in Large Containers. In: Tan Y., Shi Y., Tuba M. (eds) Advances in Swarm Intelligence. ICSI 2020. Lecture Notes in Computer Science, vol 12145. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53956-6_37.

Virgnie Lurkin and Michael Schyns. (2015). The Airline Container Loading Problem with pickup and delivery. *European journal of operational research.* 3(244). 955 – 965.

การลดเวลาการหยิบสินค้าโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis ในการจัดการสินค้าคงคลัง: กรณีศึกษา บริษัท AAA

REDUCING TIME OF PICKING BY APPLYING THE THEORY OF ABC CLASSIFICATION ANALYSIS IN INVENTORY MANAGEMENT: A CASE STUDY OF AAA

วันวิสา ด่วนตระกูลศิลป์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขา วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: wanwisa.du@spu.ac.th

อุทุมพร อยู่สุข
อาจารย์ประจำสาขา สาขาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: utyoos@rpu.ac.th

กวิน พินสำราญ
อาจารย์ประจำสาขา สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
E-mail: kawin_lm@thoburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังประเภทสินค้า (บรรจุภัณฑ์) ของบริษัท AAA โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการค้นคว้าวิธีการแบ่งกลุ่มสินค้า และเพื่อลดระยะเวลาการหยิบสินค้า ให้กับบริษัทกรณีศึกษา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นความสำคัญด้านเวลาการหยิบสินค้าคงคลัง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ที่ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ ที่ปฏิบัติการในคลังสินค้า และใช้ข้อมูลรายการ มูลค่าการเบิกจ่ายของสินค้าคงคลังชนิดต่าง ๆ การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis เพื่อจัดลำดับความสำคัญกับสินค้าคงคลัง จำนวน 24 รายการ พบว่าได้สินค้าคงคลังกลุ่ม A จำนวน 8 รายการ กลุ่ม B จำนวน 9 รายการ และกลุ่ม C จำนวน 7 รายการ จากนั้นวางตำแหน่งตามแบ่งกลุ่ม โดยกลุ่ม A เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายบ่อยมีมูลค่าสูงจัดให้อยู่ใกล้ทางออก กลุ่ม B เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายปานกลางจัดให้อยู่กลางคลังสินค้า และกลุ่ม C เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายน้อยมีมูลค่าต่ำจัดให้อยู่ด้านในสุดของคลังสินค้า แล้วทดลองจับเวลาการหยิบสินค้า พบว่า มีเวลาเฉลี่ยตามระยะทาง 6.25 นาที และเวลาเฉลี่ยการหาสินค้า 3.65 นาที รวมเวลาการหยิบสินค้า 9.90 นาที ซึ่งผลการวิจัยจากการจัดการสินค้าคงคลังโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis พบว่ามีเวลาการลดลงจากก่อนเปลี่ยนตำแหน่ง 2.62 นาที คิดเป็นประสิทธิภาพการหยิบสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.91

คำสำคัญ: การจัดการสินค้าคลัง การแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญด้วยทฤษฎีเอบีซี การหยิบสินค้า

ABSTRACT

This research is a study of AAA company inventory management (packaging). Objective was research how to group the product. Reduce the time to pick up products for the company. This is a qualitative research focused on inventory picking times. Data was collected from informal interviews with stakeholders, including managers, staff operating in the warehouse. And use item information Different types of inventory issue values. This research applied the ABC Classification Analysis theory to prioritize 24 inventory items and found that 8 items of Group A, 9 items of Group B, and 7 items of Group C. The position was then positioned according to grouping, where group A was frequent, high-value goods placed near the exit, group B was medium-issue goods, placed in the middle of the warehouse, and group C was drawn-up. Low cost, low value, placed in the warehouse. Then experimented with picking time and found that. There was a mean time along the route of 6.25 minutes and a mean finding time of 3.65 minutes, including a 9.90 minutes of picking time, which the research from inventory management using ABC Classification Analysis theory showed that the picking time was 6.62 minutes. Accounted for a 19.91 percent increase in picking efficiency.

Keywords: Inventory Management, ABC Classification Analysis, Order picking

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

คลังสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการที่ดี เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและฝ่ายผลิต รวมถึงเพื่อควบคุมต้นทุนในการเก็บสินค้าคงคลังให้ต่ำที่สุดและไม่ให้สินค้าขาดมือจนเป็นสาเหตุให้ธุรกิจเสียโอกาส โดยทั่วไปการจัดการคลังสินค้าไม่เพียงแต่มองเรื่องการลดต้นทุนการจัดเก็บเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องมองถึงต้นทุนด้านแรงงานในกาขนย้าย เนื่องจากเป็นต้นทุนที่อาจถูกมองข้ามจากผู้ประกอบการ จากการศึกษาภาพรวมของคลังสินค้าบริษัทกรณีศึกษา พบว่า สินค้าคงคลังไม่ได้ถูกจัดเรียงแต่ละหมวดหมู่ บางสินค้ามีมูลค่าการเบิกจ่ายค่อนข้างบ่อยแต่ถูกจัดเก็บด้านในสุด เมื่อสินค้าถูกจัดเก็บก็จะถูกวางต่อกันๆ ไม่มีระบบมาก่อนเข้าก่อน (First in First out ; FIFO) จึงเป็นสาเหตุให้ใช้เวลาในการหยิบสินค้าค่อนข้างนาน ผู้วิจัยจึงเสนอใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis มาช่วยในการแบ่งกลุ่มสินค้าตามความสำคัญ เพื่อลดระยะเวลาในการหยิบสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อต้องการค้นคว้าวิธีการแบ่งกลุ่มสินค้า และเพื่อลดระยะเวลาการหยิบสินค้าคงคลังของบริษัทกรณีศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สินค้าคงคลังของบริษัท AAA

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สินค้าคงคลังที่ได้จากการแบ่งกลุ่มความสำคัญ กลุ่ม A กลุ่ม B และกลุ่ม C

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อต้องการค้นคว้าวิธีการแบ่งกลุ่มสินค้าโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis และศึกษาทดลองเวลาการหยิบสินค้าคงคลังของบริษัทกรณีศึกษา

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกรอบแนวคิดของการวิจัยอยู่ภายใต้ทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดการจัดการสินค้าคงคลัง

2. การแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis

การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นงานที่ทำขึ้นเพื่อให้ค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการจัดให้มีสินค้าคงคลังต่ำที่สุด แต่อย่างไรก็ตามบริษัทมักจะมีสินค้าคงคลังมากมายหลายชนิด ถ้าจะให้ความสนใจควบคุมสินค้าคงคลังทั้งหมดนี้อย่างใกล้ชิด ก็จะทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย และเสียเวลามากดังนั้นนอกเหนือจากส่วนที่เป็นนโยบายของบริษัทแล้ว การควบคุมสินค้าคงคลังควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของชนิดสินค้าคงคลังด้วย ทางที่เหมาะสมจึงควรจำแนกประเภทของสินค้าคงคลังออกเป็นชนิดที่มีความสำคัญมากและที่มีความสำคัญรองลงไป วิธีนี้เรียกว่า ABC Analysis ซึ่งมีหลักการในการจำแนกสินค้าคงคลังออกตามจำนวนเงินของสินค้าคงคลังที่หมุนเวียนในรอบปี หรือสามารถสรุปได้ว่า ABC Analysis เป็นการวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญ เพื่อให้สามารถจัดการกับสินค้าประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม [1]

การแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis คือ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มสินค้าเป็น 3 กลุ่ม เพื่อง่ายในการบริหารจัดการตามกลุ่มสินค้า การจัดลำดับมีหลายแบบตามแนวนโยบายที่ต้องการใช้บริหารขององค์กรเช่น การจัดลำดับสินค้าตามมูลค่าสินค้าคงคลังที่ถือครองรวมต่อปีของแต่ละรายการ มูลค่าขายสินค้าแต่ละรายการ หรือส่วนแบ่งกำไรของสินค้านั้น โดยจัดแบ่งตามเกณฑ์การพิจารณาเช่น ในภาพจะใช้จำนวนรายการวัสดุ (Unit) มาคิดร่วมกับมูลค่า (Value) มูลค่าที่พูดถึงอาจเป็น มูลค่าการถือครอง หรือมูลค่าการขาย หรือมูลค่าส่วนแบ่งกำไร เพื่อจัดแบ่งกลุ่มโดยประยุกต์มาจากหลักการของพาเรโต้ (Pareto) ที่เน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มสินค้าจำนวนน้อยที่มีมูลค่ามาก มากกว่ากลุ่มสินค้าจำนวนมากโดยรวมที่มีมูลค่าน้อย โดยมีนโยบายการจัดการสินค้าคงคลังของ (Magee & Boodman, 1974) ดังนี้

- วัสดุกลุ่ม A คือ วัสดุในกลุ่ม A จะประกอบด้วยสินค้าที่มีเพียงไม่กี่รายการ หรือมีจำนวน SKU (Stock Keeping Unit) น้อยอาจเพียง ร้อยละ 5-15 แต่เป็นรายการสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าสูงเกิน ร้อยละ 70-80 อาจกำหนดค่าขั้นสูง Y หากมีเก็บขั้นต่ำสูง Y ก็จะจัดอยู่ในวัสดุกลุ่มนี้

- วัสดุกลุ่ม B คือ วัสดุในกลุ่ม B เป็นส่วนสินค้าที่มีมูลค่ารองลงไป จะได้รับความสำคัญน้อยลงจะประกอบด้วยสินค้ารายการระหว่าง ร้อยละ 15-30 แต่เป็นรายการสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าต่ำกว่า ร้อยละ 30 อาจอยู่ในระหว่างค่าที่กำหนด โดยมีค่าต่ำกว่า Y แต่ยังสูงกว่าค่าขั้นต่ำ X ก็จะจัดอยู่ในวัสดุกลุ่มนี้ ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าการถือครอง หรือมีมูลค่าการขาย หรือส่วนแบ่งกำไรรองลงไปจะได้รับความสำคัญน้อยลงเป็น B และ C ตามลำดับ

- วัสดุกลุ่ม C คือ วัสดุในกลุ่ม C ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าน้อยสุด จะให้ความสำคัญน้อยที่สุดจะประกอบด้วยสินค้าที่มีรายการมาก ร้อยละ 50-60 แต่เป็นรายการสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าต่ำเพียง ร้อยละ 5-10 ต่ำกว่าค่าที่ได้กำหนดขั้นต่ำ X หากมีเก็บขั้นต่ำน้อยกว่า X ก็จะจัดอยู่ในวัสดุกลุ่มนี้

การวิเคราะห์จัดแบ่งวัสดุแบบ ABC นั้นในส่วนของค่า X และ Y นั้นจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบริษัท การได้มาซึ่งค่านั้นต้องอาศัยการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อกำหนดทางสถิติ ข้อมูลนี้ทางฝ่ายจัดซื้อหรือฝ่ายคลังสินค้าควรเป็นผู้เก็บข้อมูลและเป็นฝ่ายกำหนด ควรมีการการปรับระดับความสำคัญอยู่เสมอ เพราะในระยะเวลาที่เปลี่ยนไป การตลาดที่ทำให้ความต้องการในการผลิตอาจเปลี่ยนแปลง ทำให้ความสำคัญของวัสดุก็เปลี่ยนไปด้วย นอกจากนี้ ABC Analysis ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเรื่องการจัดตำแหน่งการวางสินค้า โดยจะจัดกลุ่มตามการเคลื่อนไหว (Movement) ของ 3 สินค้าแต่ละรายการได้อีกด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ระดมความคิดกับผู้ที่ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้จัดการ 1 ท่าน เจ้าหน้าที่ 2 ท่าน ที่ปฏิบัติการในคลังสินค้า และใช้ข้อมูลรายการ มูลค่าการเบิกจ่ายของสินค้าคงคลังชนิดต่าง ๆ ระยะเวลา 1 เดือน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาวรสาร บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความรู้ในการวิจัยเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งเน้นความสำคัญด้านเวลาการหยิบสินค้าคงคลัง โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สินค้าคงคลังของบริษัท AAA วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระดมความคิดกับผู้ที่ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ ที่ปฏิบัติการในคลังสินค้ารวม 3 คน และใช้ข้อมูลรายการ มูลค่าการเบิกจ่ายของสินค้าคงคลังชนิดต่าง ๆ ของบริษัทกรณีศึกษา โดยผู้วิจัยมีแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การศึกษาปัญหาและข้อมูลของสินค้าคงคลัง การศึกษาและหาสาเหตุของปัญหาจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ ที่ปฏิบัติการในคลังสินค้า และเก็บข้อมูลรายการมูลค่าการเบิกจ่ายของสินค้าคงคลังชนิดต่าง ๆ โดยใช้ Check Sheet (มุสตาซะห์ 2558) ซึ่งจะทำให้เราทราบปัญหาและสาเหตุของเวลาในการหยิบสินค้านาน

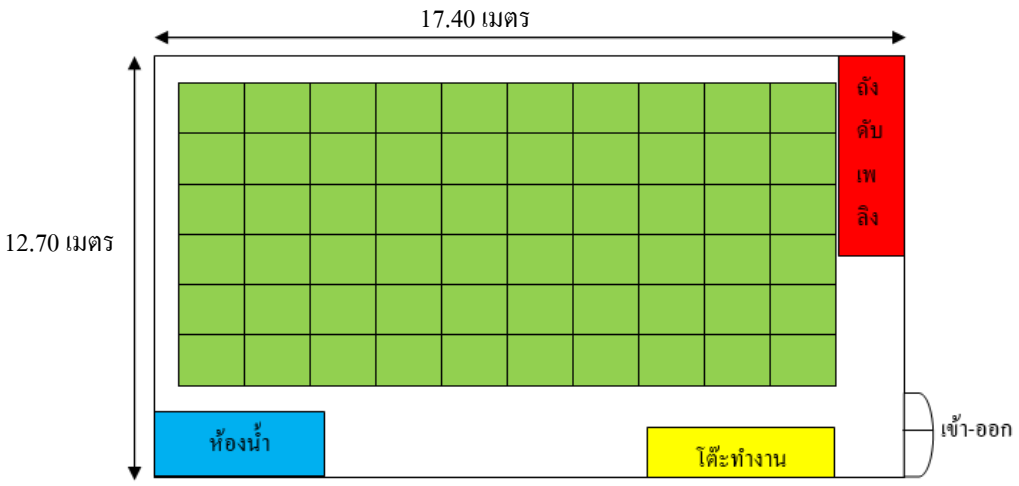
2. การแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis มาใช้ในการจัดการสินค้าคงคลัง ทั้งหมด 24 รายการของบริษัท ซึ่งพิจารณาจากจำนวนที่เบิกจ่ายต่อเดือน (หน่วยโดยรวมของการใช้ใน 1 เดือน) มูลค่ารวมของสินค้าคงคลังแต่ละชนิด (ปริมาณการใช้ต่อเดือนคูณกับราคาต่อหน่วย) รวมถึงสัดสว่นร้อยละ และร้อยละสะสม แล้วนำผลที่ได้ไปจัดเรียงตำแหน่งสินค้าตามกลุ่ม

3. การศึกษาและทดลองเวลาการหยิบสินค้า จากการจับเวลาตามระยะทางและการหยิบสินค้าของเจ้าหน้าที่คลังสินค้า 3 คนด้วยโฟล์คลิฟท์ จำนวน 30 ครั้ง ในสินค้ากลุ่ม A กลุ่ม B และกลุ่ม C อย่างละ 1 รายการ นำผลที่ได้มาเปรียบเวลาการหยิบสินค้าก่อนและหลังจัดแบ่งกลุ่มตามระยะทางต่อเวลาและการหาสินค้า รวมถึงเปรียบเทียบประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น แล้วนำผลทดลองที่ได้เสนอเป็นแนวทางแก่ผู้บริหารต่อไป

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาภาพรวมคลังสินค้าบริษัทกรณีศึกษามีขนาด 220.98 ตารางเมตร ใช้จัดเก็บสินค้าคงคลังประเภทสินค้า (บรรจุภัณฑ์) ทั้งหมด 24 รายการเก็บข้อมูลการเบิกจ่ายและมูลค่าสินค้าคงคลัง โดยการจัดวางสินค้าแต่ละรายการถูกวางบนพาเลทขนาด 1.2 ตารางเมตร ที่ติดกันแถวละ 10 พาเลท จำนวน 6 แถว รวม 60 พาเลท (ลักษณะการวางสินค้าขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของตัวบรรจุภัณฑ์ในแนวตั้ง) ดังแผนภาพที่ 1 ผู้วิจัยจึงหาสาเหตุของปัญหาจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ประจำคลัง ผลของการสัมภาษณ์สาเหตุเกิดมาจากสินค้าที่ถูกจัดเก็บ ไม่ได้ถูกจัดเรียงแต่ละหมวดหมู่ บางสินค้ามีมูลค่าการเบิกจ่ายค่อนข้างบ่อยแต่ถูกจัดเก็บด้านในสุด เมื่อสินค้าถูกจัดเก็บก็จะถูกวางต่อกันๆ ไม่มีระบบมาก่อนเข้าก่อน (First in First out ; FIFO) จึงเป็นสาเหตุให้ใช้เวลาในการหยิบสินค้าค่อนข้างนาน ผู้วิจัยจึงเสนอใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis มาช่วยในการแบ่งกลุ่มสินค้า

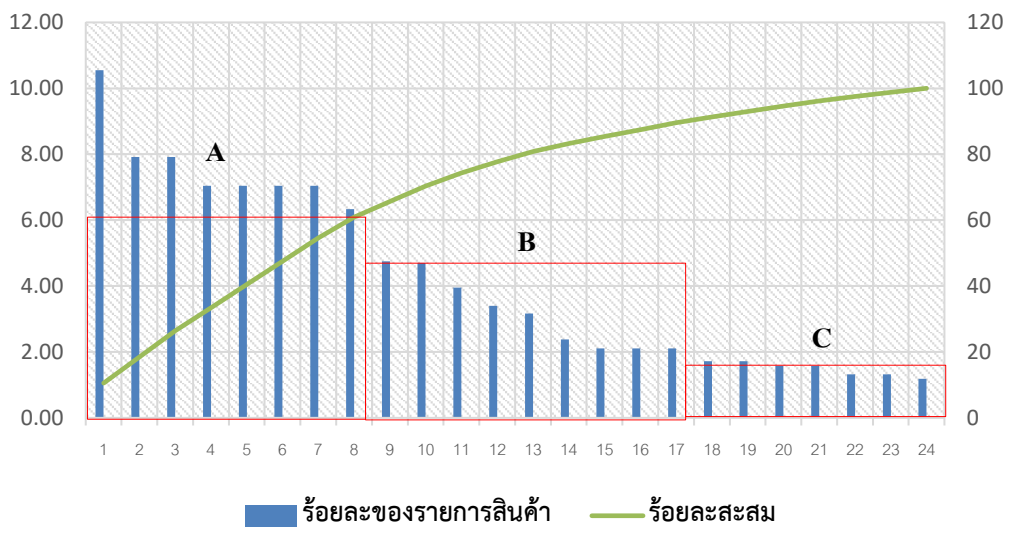


แผนภาพที่ 1 การจัดวางพาเลทบรรจุภัณฑ์ภายในคลังสินค้าปัจจุบัน

2. ผลการแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญของสินค้าคงคลังด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis ในการวิจัยนี้ใช้ข้อมูลการเบิกจ่ายจำนวน 1 เดือน (เดือนที่มียอดเบิกจ่ายคงที่) มีสินค้าที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 24 รายการ จำนวน 60 พาเลท จากการแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญสามารถแบ่งกลุ่มได้ 3 กลุ่ม ตามสัดส่วน 80/20 ของพาเรโตแสดง ดังแผนภาพที่ 2 ผลการแบ่งกลุ่ม คือ สินค้าคงคลังกลุ่ม A จำนวน 8 รายการ คิดเป็นร้อยละ 60.88 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มีมูลค่ารวม 23,080 บาท กลุ่ม B จำนวน 9 รายการ เป็นร้อยละ 28.77 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มูลค่ารวม 10,870 บาท และกลุ่ม C จำนวน 7 รายการ เป็นร้อยละ 10.35 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มูลค่ารวม 3,950 บาท โดยมูลค่ารวมทั้งหมด 37,900 บาทต่อเดือน จากนั้นนำข้อมูลการจัดกลุ่มที่ได้จัดตำแหน่งสินค้าโดยกลุ่ม A เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายบ่อยมีมูลค่าสูงจัดให้อยู่ใกล้ทางออก กลุ่ม B เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายปานกลางจัดให้อยู่กลางคลังสินค้า และกลุ่ม C เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายน้อยมีมูลค่าต่ำจัดให้อยู่ด้านในสุดของคลังสินค้า ซึ่งผลที่ได้การจัดการและความคุมสินค้าจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากการจัดเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบมากขึ้นจากเดิมที่บริษัทไม่มีการจัดหมวดหมู่สินค้า

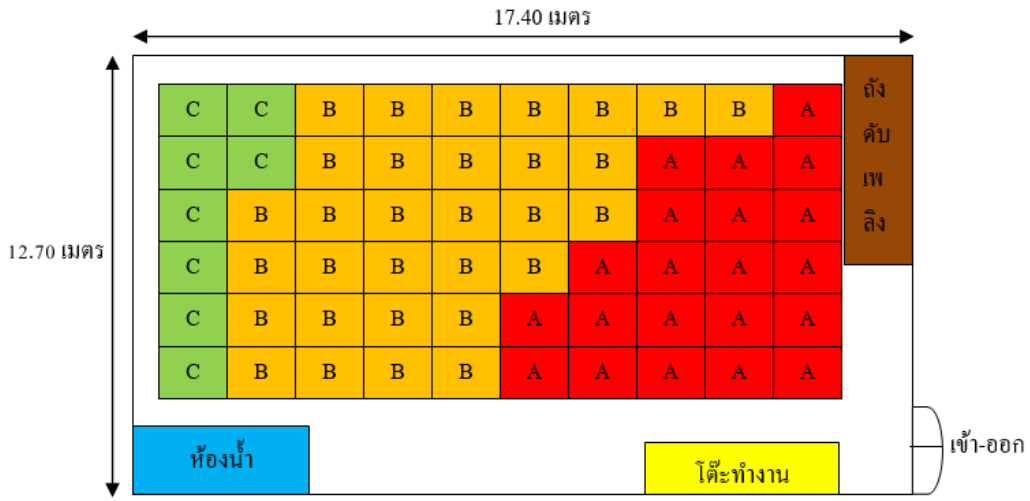
ตารางที่ 1 ผลการแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญของสินค้าคงคลังด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis

ลำดับที่	รายการสินค้า	จำนวนการเบิกจ่าย (พาเลท)	ราคาต่อพาเลท (บาท)	มูลค่า (บาท)	ร้อยละของรายการสินค้า	ร้อยละสะสม	กลุ่ม
1	ซีลคอขวด 1 ลิตร โฉมใหม่	10	400	4,000	10.55	10.55	A
2	เทปใส (คาดมือ)	3	1,000	3,000	7.92	18.47	A
3	เทปใส (คาดเครื่อง)	3	1,000	3,000	7.92	26.39	A
4	พลาสติกแพค แบบใส 230 มล.รุ่น 12 แถม 1	3	890	2,670	7.04	33.43	A
5	พลาสติกแพค 1 ลิตร P3 พร้อมบาร์โค้ด	3	890	2,670	7.04	40.47	A
6	พลาสติกแพค 470 มล. P 6 พร้อมบาร์โค้ด	3	890	2,670	7.04	47.51	A
7	พลาสติกแพค 230 มล. P12 พร้อมบาร์โค้ด	3	890	2,670	7.04	54.55	A
8	พลาสติกแพคบาร์โค้ด 470 มล.รุ่น 6 แถม 1	3	800	2,400	6.33	60.88	A
9	ฟิล์มถุง 800 มล. ARO	3	600	1,800	4.75	65.63	B
10	พลาสติกแพค แบบไม่มีบาร์โค้ด	2	890	1,780	4.70	70.33	B
11	ฉลาก 1 ลิตร OPP (รุ่นใส)	3	500	1,500	3.96	74.29	B
12	ฉลาก 230 ลิตร OPP (รุ่นใส)	3	430	1,290	3.40	77.69	B
13	พลาสติกพันพาเลท	3	400	1,200	3.17	80.86	B
14.	กาวเม็ด	1	900	900	2.37	83.23	B
15	พลาสติกแพค ARO 800 มล. P3 พร้อมบาร์โค้ด	2	400	800	2.11	85.34	B
16	พลาสติกแพค 800 มล. P3 พร้อมบาร์โค้ด	2	400	800	2.11	87.45	B
17	พลาสติกพันพาเลทม้วนใหญ่	2	400	800	2.11	89.56	B
18	กาวติดฉลาก 300 BPM	1	650	650	1.72	91.28	C
19	กาวติดฉลากขวดและปี๊บ	1	650	650	1.72	93.00	C
20	พลาสติกแพคบาร์โค้ด 230 มล.รุ่น 12 แถม 1	2	300	600	1.58	94.58	C
21	ฟิล์มถุง 800 มล.	1	600	600	1.58	96.16	C
22	กาวติดกล่อง 300 BPM	1	500	500	1.32	97.48	C
23	กาวติดฉลาก OPP	1	500	500	1.32	98.80	C
24	ฉลาก 5 ลิตร	1	450	450	1.20	100	C
	รวม	60		37,900			



แผนภาพที่ 2 กราฟแสดงร้อยละของรายการสินค้าแบ่งตามกลุ่ม A B และC

จากนั้น นำข้อมูลจากการแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญของสินค้าคงคลังด้วยทฤษฎี ABC Classification Analysis โดยกลุ่ม A เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายบ่อยมีมูลค่าสูงจัดให้อยู่ใกล้ทางออก กลุ่ม B เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายปานกลางจัดให้อยู่กลางคลังสินค้า และกลุ่ม C เป็นสินค้าที่มีการเบิกจ่ายน้อยมีมูลค่าต่ำจัดให้อยู่ด้านในสุดของคลังสินค้าดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แนวทางการจัดวางพาเลทบรรจุภัณฑ์ภายในคลังสินค้าแบ่งตามกลุ่ม A B และC

3. ผลการศึกษาและทดลองเวลาการหยิบสินค้าจากการจัดตำแหน่งสินค้าตามกลุ่ม ในงานวิจัยนี้เวลาการหยิบสินค้าคาดหวังจากผู้บริหาร เท่ากับ 8 วินาทีต่อพาเลท จากการจับเวลาหยิบสินค้าของพนักงาน 3 คน ด้วยโฟล์คลิฟท์ จำนวน 30 ครั้ง ในสินค้ากลุ่ม A กลุ่ม B และกลุ่ม C อย่างละ 1 รายการ ผลที่ได้คือ ก่อนการจัดตำแหน่งวางสินค้า เวลาตามระยะทางเฉลี่ย 8.05 นาที เวลาหาสินค้าเฉลี่ย 4.47 นาที เวลาเฉลี่ยการหยิบสินค้ารวม 12.52 นาที เมื่อเทียบกับค่าเวลาคาดหวังผู้บริหารมีประสิทธิภาพร้อยละ 63.90 ซึ่งหลังการจัดตำแหน่งวางสินค้า เวลาตามระยะทางเฉลี่ย 6.25 นาที เวลาหาสินค้าเฉลี่ย 3.65 นาที เวลาเฉลี่ยการหยิบสินค้ารวม 9.90 นาที เมื่อเทียบกับค่าเวลาคาดหวังผู้บริหารมีประสิทธิภาพร้อยละ 80.81 แล้วเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังทดลองจับเวลา จะเห็น

ว่าเวลาตามระยะทางเฉลี่ยลดลง 1.80 นาที และเวลาการหาสินค้าเฉลี่ยลดลง 0.820.72 นาที เวลารวมเฉลี่ยการหยิบสินค้าลดลง 2.62 นาที ส่งผลให้ประสิทธิภาพของการหยิบสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.91

ตารางที่ 2 แสดงผลทดลองเวลาการหยิบสินค้าจากการจัดตำแหน่งสินค้าตามกลุ่ม A B และC

พนักงานคนที่	ก่อนปรับปรุง		หลังปรับปรุง		เปรียบเทียบ	
	เวลาตามระยะทางเฉลี่ย (นาที)	เวลาหาสินค้าเฉลี่ย (นาที)	เวลาตามระยะทางเฉลี่ย (นาที)	เวลาหาสินค้าเฉลี่ย (นาที)	เวลาตามระยะทางเฉลี่ย (นาที)	เวลาหาสินค้าเฉลี่ย (นาที)
1	6.04	4.41	4.02	3.56	ลดลง 2.02	ลดลง 0.94
2	8.82	4.50	6.24	3.70	ลดลง 2.58	ลดลง 0.80
3	9.28	4.51	8.50	3.68	ลดลง 0.78	ลดลง 0.83
เวลาเฉลี่ย(นาที)	8.05	4.47	6.25	3.65	ลดลง 1.80	ลดลง 0.82
เวลาเฉลี่ยรวม (นาที)	12.52		9.90		ลดลง 2.62	
ประสิทธิภาพ	63.90 %		80.81 %		เพิ่มขึ้น 16.91 %	

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการค้นคว้าวิธีการแบ่งกลุ่มสินค้า และเพื่อลดระยะเวลาการหยิบสินค้าให้กับบริษัทกรณีศึกษา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ที่ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและใช้ข้อมูลรายการ มูลค่าการเบิกจ่ายของสินค้าคงคลังชนิดต่าง ๆ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis เพื่อจัดลำดับความสำคัญกับสินค้าคงคลัง จำนวน 24 รายการ พบว่าได้สินค้าคงคลังกลุ่ม A จำนวน 8 รายการ คิดเป็นร้อยละ 60.88 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มีมูลค่ารวม 23,080 บาท กลุ่ม B จำนวน 9 รายการ เป็นร้อยละ 28.77 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มูลค่ารวม 10,870 บาท และกลุ่ม C จำนวน 7 รายการ เป็นร้อยละ 10.35 ของสินค้าคงคลังทั้งหมด มูลค่ารวม 3,950 บาท โดยมูลค่ารวมทั้งหมด 37,900 บาทต่อเดือน แล้วเมื่อทดลองจับเวลาการหยิบสินค้า พบว่า มีเวลาเฉลี่ยตามระยะทาง 6.25 นาที และเวลาเฉลี่ยการหาสินค้า 3.65 นาที รวมเวลาการหยิบสินค้า 9.90 นาที ซึ่งผลการวิจัยจากการจัดการสินค้าคงคลังโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis พบว่ามีเวลาการลดลงจากก่อนเปลี่ยนตำแหน่ง 2.62 นาที คิดเป็นประสิทธิภาพการหยิบสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.91 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวดี มีอนันต์ (2556) [3] ได้วิจัยการเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้าวัตถุดิบ กรณีศึกษา บริษัทตัวอย่างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์การแพทย์ ได้นำทฤษฎี ABC Classification Analysis มาใช้ในการแบ่งกลุ่ม พบว่า กลุ่ม A มีมูลค่ารวมร้อยละ 80 กลุ่ม B มีมูลค่ารวมร้อยละ 15 และกลุ่ม C มีมูลค่ารวมร้อยละ 5 โดยมุ่งที่จะศึกษาและให้ความสำคัญกับการแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญของสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลัง

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

(1) การจัดเรียงสินค้า แบบ ABC Analysis ควรมีการปรับปรุงอยู่เสมอ โดยการรวบรวมข้อมูลจากการเบิกจ่ายแต่ละเดือน

(2) เนื่องจากงานมีการวางแผนผังจัดเก็บตำแหน่งสินค้า หัวหน้างานควรให้ข้อมูล และการจัดวางกับพนักงานให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันการหยิบสินค้าผิด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาวิธีการคำนวณปริมาณการสั่งซื้อและหาจุดสั่งซื้อ เพื่อสามารถลดต้นทุนในการจัดเก็บ และการเกิดสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหว

8. เอกสารอ้างอิง

[1] คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2550). *การจัดการสินค้าคงคลัง*. กรุงเทพฯ: ซี.วาย ซิซเท็ม พริ้นติ้ง.

[2] พิภพ เล้าประจง. (2549*). ระบบการควบคุมการผลิตเชิงวิศวกรรม*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

[3] จิรวดี มือนันต์. (2556). *การเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้าวัตถุดิบกรณีศึกษาบริษัทตัวอย่าง ผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ และอุปกรณ์การแพทย์.* วิทยานิพนธ์นิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ ขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

[4] กิ่งกาญจน์ ผลิกะ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2559). *การประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Analysis เพื่อการปรับปรุง*. จาก http: jes.rtu.ac.th

[5] วรรณวิภา ชื่นเพ็ชร. (2560). *การวางผังคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยเทคนิค ABC ANALYSIS.* วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิยาลัยศรีปทุม.จาก http: dspace.spu.ac.th/bitstream.

[6] วิทิต มนต์ ประสิทธิ์. (2557). *การออกแบบผังและระบบเคลื่อนย้ายวัสดุสำหรับคลังสินค้าเครื่องเขียน.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ค้นหาเมื่อ 7 สิงหาคม 2562.จาก http://dspace.spu.ac.th/bitstream.

การใช้เขตการค้าเสรีในการนำเข้าเพื่อลดต้นทุนวัตถุดิบในธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า

USING A FREE TRADE AREA FOR IMPORTING TO REDUCE RAW MATERIAL COSTS IN AN ELECTRONIC MANUFACTURER

นางสาววิภาพรรณ สุ่มใจยา
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 61920232@go.buu.ac.th

ผศ. ดร. ไพโรจน์ เร้าธนชลกุล
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: pairoj@buu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยโดยใช้เขตการค้าเสรี (Free trade area: FTA) และเพื่อศึกษาวิธีการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยของบริษัทกรณีศึกษา งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลรายการวัตถุดิบ มูลค่าการนำเข้า พิกัดอัตราศุลกากร และถิ่นกำเนิดสินค้าของวัตถุดิบที่มีการนำเข้าตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 ถึง เดือนมิถุนายน 2563 และทำการแบ่งกลุ่มวัตถุดิบแบบเอบีซี (ABC classification) เพื่อคัดเลือกวัตถุดิบกลุ่มเอมาพิจารณาการใช้เขตการค้าเสรีในการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากมูลค่าอากรขาเข้า

ผลการวิจัยพบว่าวัตถุดิบที่อยู่ในกลุ่มเอประกอบด้วย รีโมทคอนโทรล 3 รายการจากซัพพลายเออร์เอ มอเตอร์ 3 รายการจากซัพพลายเออร์บี จี และเฮช และคอมเพรสเซอร์ 2 รายการจากซัพพลายเออร์ซี มีมูลค่าอากรขาเข้าสะสมถึงร้อยละ 82 โดยวัตถุดิบทุกรายการสามารถใช้เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ในการนำเข้า ผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าและมีพิกัดศุลกากรตามที่เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้กำหนดไว้ ดังนี้ 1. รีโมทคอนโทรล อากรปกติร้อยละ10 ของราคาสินค้า มีมูลค่าอากร 1,316,576.00 482,877.00 และ 445,421.00 บาทตามลำดับ การนำเข้าภายใต้ข้อตกลงได้รับยกเว้นอากร 2. มอเตอร์ อากรปกติร้อยละ10 ของราคาสินค้า มอเตอร์จากซัพพลายเออร์บีมีมูลค่าอากร 697,919.00 บาท ซัพพลายเออร์จีมีมูลค่าอากร 371,608.00 บาท และซัพพลายเออร์เฮชมีมูลค่าอากร 1,215,053.00 บาท การนำเข้าภายใต้ข้อตกลงอากรจะลดลงเหลือร้อยละ 5 3. คอมเพรสเซอร์ อากรปกติร้อยละ10 ของราคาสินค้า มีมูลค่าอากร 2,093,295.00 และ 785,946.00 บาทตามลำดับ การนำเข้าภายใต้ข้อตกลงอากรจะลดลงเหลือร้อยละ 5 จากงานวิจัยพบว่าจากการใช้เขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน (ASEAN – CHINA) ในการนำเข้าวัตถุดิบกลุ่มเอ จะทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนอากรจากเดิม 7,408,695.00 บาท เหลือ 2,581,909.00 บาท ต้นทุนที่ลดลงเท่ากับ 4,826,786.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 65 ของมูลค่าอากรทั้งหมด

คำสำคัญ: เขตการค้าเสรี, ลดต้นทุน, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, การแบ่งกลุ่มสินค้าแบบเอบีซี

ABSTRACT

This research aims to study the criteria and procedures of imports raw materials for produce Electrical Appliances which sale in Thailand by using the Free trade area (FTA) and to study how to reduce cost of imports raw materials for produce Electrical Appliances which sale in Thailand in case study company. This research uses raw material data, import value, tariff code and origin of imported raw materials from January 2020 to June 2020. And using ABC classification to select raw materials group A to consider to use of Free trade area to reduce import costs of raw materials from the value of import duty.

The results of the study revealed that the raw materials in Group A consist of 3 remote controls from supplier A, 3 motors from suppliers B G and H and 2 compressors from supplier C which have an accumulated import duty value of 82%. All raw materials able to use the ASEAN-China Free Trade Area (ASEAN - CHINA) for import, pass the product origin criteria and have the customs tariff as specified by the ASEAN-China Free Trade Area (ASEAN - CHINA) has set out as follows: 1. Remote control with normal duty is 10% of the raw materials price. Duty value is 1,316,576.00, 482,877.00 and 445,421.00 baht. In case of the importation under the agreement is exemption duty. 2. Motor with normal duty is 10% of the raw materials price. Motor from Supplier B has a duty value of 697,919.00 baht, Supplier G has a duty value of 371,608.00 baht and Supplier H has a duty value of 1,215,053.00 baht. In case of the importation under the agreement duty reduce to 5%. 3. Compressor with normal duty is 10% of the raw materials price. Duty value is 2,093,295 and 785,946 baht. In case of the importation under the agreement duty reduce to 5%. According to research, it is found that from the use of the ASEAN-China Free Trade Area (ASEAN - CHINA) to import raw materials in Group A will allow the company to reduce duty cost from 7,408,695.00 baht to 2,581,909.00 baht, the reduced cost is 4,826,786.00 baht or 65% of total duty cost.

Keywords: Free trade area (FTA), Reduce costs, Comparative advantage, ABC classification

1. บทนำ

การประกอบธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่ปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว สามารถเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลกเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดการแข่งขันระดับโลก ธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรมต่างต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้สามารถอยู่รอดและอยู่เหนือคู่แข่ง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันวิธีหนึ่งคือ การผลิตสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งทำให้ราคาสินค้าสามารถแข่งขันได้ในตลาดและทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้น ตามกลยุทธ์การเป็นผู้นำในเรื่องต้นทุน (Cost Leadership) เนื่องจากกำไรของธุรกิจเท่ากับราคาขาย - ต้นทุนขาย ดังนั้นหากต้องการให้มีกำไรสูงขึ้นก็มี 2 วิธี คือ การเพิ่มราคาขายและหรือลดต้นทุนขาย [1]

ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment: BOI) ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร (Tax incentives) ในการยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก (มาตรา 36) [2] จากสิทธิ์ข้างต้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน แต่เมื่อพิจารณาคู่แข่งแล้ว

พบว่า บริษัทคู่แข่งก็ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและได้สิทธิประโยชน์ตามมาตรา 36 เช่นเดียวกัน ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทไม่แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจึงควรพิจารณาการใช้เขตการค้าเสรี (Free trade area) ซึ่งเป็นข้อตกลงที่ไม่มีเงื่อนไขในการนำเข้า เพื่อใช้ในการยกเว้นหรือลดหย่อนอากรในการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทย โดยเขตการค้าเสรี (Free trade area) เป็นสิทธิพิเศษทางการค้า เกิดจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่มที่ทำข้อตกลงให้เหลือน้อยที่สุดหรือเป็น 0% และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม เขตการค้าเสรีที่มีมูลค่าสูงในทางการค้าของไทยได้แก่ เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ไทย-ญี่ปุ่น อาเซียน-เกาหลี เป็นต้น [3]

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยโดยใช้เขตการค้าเสรี (Free trade area: FTA)

(2) เพื่อศึกษาวิธีการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทย

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

Porter (1980) [4] กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทเกิดขึ้นเมื่อบริษัทสามารถนำกลยุทธ์สร้างสรรค์มูลค่าให้เกิดขึ้นซึ่งกลยุทธ์นี้ไม่มีในบริษัทอื่น Porter ได้เสนอว่า ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเกิดขึ้นด้วย 2 แนวทาง (1) ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (2) การสร้างแตกต่างของสินค้า ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนเกิดขึ้นเมื่อธุรกิจสามารถเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่เหมือนกับคู่แข่งแต่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า ส่วนการสร้างความแตกต่างของสินค้าเกิดขึ้นเมื่อธุรกิจสามารถเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่แตกต่างและดีกว่าคู่แข่ง

กองพิกัดอัตราศุลกากร (2559) [3] FTA ย่อมาจาก Free Trade Area หรือเขตการค้าเสรี เป็นการทำความตกลงทางการค้าของประเทศ อาจเป็น 2 ประเทศ (ทวิภาคี) หรือเป็นกลุ่มประเทศ (พหุภาคี) ที่จะร่วมมือขจัดอุปสรรคทางการค้าทั้งที่เป็นภาษีศุลกากรและไม่ใช่ภาษีศุลกากร ประโยชน์และผลกระทบของการทำ FTA ในภาพรวมแล้วการทำ FTA มีทั้งผลดีและผลกระทบในแต่ละ FTA จะมีบางกลุ่มอุตสาหกรรม บางกลุ่มสินค้าได้ประโยชน์ บางกลุ่มสินค้าไม่ได้รับผลกระทบ สำหรับกลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบ การเจรจาก็สามารถยืดเวลาในการลดหรือยกเว้นภาษีออกไปจนกว่าภาคการผลิตจะสามารถปรับตัวได้ หรือภาครัฐจะเข้ามาช่วยเหลือ เยียวยาชดเชย ปัจจุบันประเทศไทยมี FTA รวมทั้งหมด 13 ฉบับกับ 18 ประเทศ

กรมการค้าต่างประเทศ (ม.ป.ป.) [5] กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) เป็นเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นมาเพื่อใช้ในการกำหนดสัญชาติของสินค้า เนื่องจากปัจจุบันการผลิตสินค้าอาจไม่ได้ผลิตภายในประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเข้าวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนจากหลายๆประเทศ เพื่อทำให้การผลิตสินค้ามีต้นทุนต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าจึงเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับใช้จำแนกว่าสินค้านั้นมีแหล่งกำเนิด ณ ประเทศใด

Puntharee (2019) [6] พิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมไนซ์ (Harmonized System: HS CODE) เป็นระบบการจำแนกประเภทสินค้า เพื่อใช้แทนความหมายของสินค้าในแต่ละประเภท และใช้ในการตรวจสอบการจัดเก็บภาษี

นำเข้าส่งออกระหว่างประเทศ โดยจะเป็นการกำหนดตัวเลขทั้งหมด 11 หลัก 6 หลักแรกจะเป็นเลขที่กำหนดขึ้นโดยองค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO) เพื่อนำไปใช้เป็นสากลในทางการค้า และ 2 หลักถัดมาจะเป็นการแสดงพิกัดฮาร์โมไนซ์อาเซียน (CEPT Code) ส่วนเลข 3 หลักหลังนั้นจะเป็นรหัสสถิติที่กำหนดโดยแต่ละประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป) [7] ระบบ ABC Analysis หมายถึง เทคนิคการจัดการสินค้าคงคลังโดยแบ่งตามลำดับชั้นความสำคัญออกเป็น 3 ชั้น คือ A, B และ C ดังนี้ สินค้าคงคลังกลุ่ม A เป็นสินค้าคงคลังอยู่ที่ 15-20% ของรายการสินค้าคงคลังทั้งหมด แต่มีมูลค่าอยู่ประมาณ 75-80% ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด สินค้าคงคลังกลุ่ม B เป็นสินค้าคงอยู่ที่ 30-40% ของรายการสินค้าคงคลังทั้งหมด แต่มีมูลค่าอยู่ประมาณ 15% ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด สินค้าคงคลังกลุ่ม C เป็นสินค้าคงอยู่ที่ 40-50% ของรายการสินค้าคงคลังทั้งหมด แต่มีมูลค่าอยู่ประมาณ 5-10% ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปภาวิน ปัญญาศิริ (2558) [8] ได้ทำการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารมาตรการกำหนดให้ใช้วัตถุดิบภายในประเทศในการผลิตสินค้า เพื่อการใช้สิทธิประโยชน์ตามเขตการค้าเสรีอาเซียนของธุรกิจในประเทศไทยในปัจจุบัน จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ พบความเชื่อมโยงในเรื่องของการขอใช้สิทธิประโยชน์ FTA นั้นอ้างถึงกฎการได้ถิ่นกำเนิดในประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมและสิ่งพิมพ์รวมถึงกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า แล้วจะพบว่ายังมีกฎและหลักเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้สิทธิพิเศษ ๆ อื่น ๆ ซึ่งไม่ได้นำมาใช้ในการขอตรวจสอบรับรองคุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้า เช่น สินค้าที่เป็นผลผลิตทั้งหมด หรือได้มาทั้งหมดจากในประเทศ ซึ่งปกติแล้วจะเป็นสินค้าการเกษตร และคุณสมบัติด้านการแปรสภาพอย่างเพียงพอ ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ เช่น หลักเกณฑ์การเปลี่ยนพิกัดศุลกากรระหว่างวัตถุดิบนำเข้ากับสินค้าส่งออก หรือ หลักเกณฑ์สัดส่วนของต้นทุน และมูลค่าเพิ่มของการผลิตในประเทศ และสุดท้ายหลักเกณฑ์กระบวนการผลิตของสินค้า ซึ่งผู้ใช้บริการยังไม่ทราบถึงหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและมีการใช้ไม่แพร่หลายมากนัก ซึ่งเป็นสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้การใช้สิทธิประโยชน์ FTA ได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควรจะเป็น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ข้อมูลรายการวัตถุดิบ มูลค่าการนำเข้า พิกัดอัตราศุลกากรและถิ่นกำเนิดสินค้าของวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยของบริษัท ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 ถึง เดือนมิถุนายน 2563 โดยมีวัตถุดิบทั้งสิ้นจำนวน 76 รายการ จากซัพพลายเออร์จำนวน 8 รายที่มีข้อตกลงในการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศแบบ Cost Freight and Insurance: CIF

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลรายการวัตถุดิบ มูลค่าการนำเข้า พิกัดอัตราศุลกากรและถิ่นกำเนิดสินค้าของวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยของบริษัทกรณีศึกษา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเขตการค้าเสรีและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

4.3 วิธีดำเนินการวิจัย

4.3.1 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วย

1. รายการวัตถุดิบ
2. มูลค่าการนำเข้า
3 .พิกัดศุลกากร
4. อัตราอากรขาเข้า
5. ถิ่นกำเนิดสินค้า

4.3.2 ขั้นตอนการจัดกลุ่มวัตถุดิบโดยใช้การวิเคราะห์แบบเอบีซี

งานวิจัยนี้ทำการแบ่งกลุ่มวัตถุดิบแบบเอบีซี (ABC classification) โดยเรียงลำดับจากรายการที่มีมูลค่าอากรขาเข้ามากไปหารายการที่มีมูลค่าอากรขาเข้าน้อย เพื่อแบ่งกลุ่มวัตถุดิบออกเป็นกลุ่มเอ บี และซี ตามลำดับและนำวัตถุดิบกลุ่มเอมาพิจารณาการใช้เขตการค้าเสรีในการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทย

4.3.3 ขั้นตอนการพิจารณาการใช้เขตการค้าเสรีสำหรับวัตถุดิบในกลุ่มเอ

1. นำข้อมูลถิ่นกำเนิดสินค้าของวัตถุดิบในกลุ่มเอ มาพิจารณาว่าถิ่นกำเนิดสินค้าของแต่ละรายการวัตถุดิบมีถิ่นกำเนิดสินค้าในประเทศที่มีการทำเขตการค้าเสรีกับประเทศไทยหรือไม่ กรณีที่ถิ่นกำเนิดของวัตถุดิบไม่มีเขตการค้าเสรีกับประเทศไทย วัตถุดิบรายการนั้นจะไม่สามารถใช้เขตการค้าเสรีในการนำเข้าได้

2. กรณีที่ถิ่นกำเนิดของวัตถุดิบมีเขตการค้าเสรี นำพิกัดศุลกากรของแต่ละรายการมาตรวจสอบกับประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง การยกเว้นอากรและลดอัตราอากรศุลกากรสำหรับเขตการค้าเสรีตามข้อตกลงนั้นๆ ในกรณีที่ไม่มีพิกัดในประกาศกระทรงการคลังฯ วัตถุดิบรายการนั้นจะไม่สามารถใช้เขตการค้าเสรีในการนำเข้าได้

3. กรณีที่มีพิกัดศุลกากรในประกาศกระทรงการคลังฯ ให้นำพิกัดศุลกากรของแต่ละรายการมาตรวจสอบตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ของเขตการค้าเสรีนั้นๆ ว่าพิกัดแต่ละรายการจะต้องเป็นไปตามกฎใดถึงจะสามารถใช้เขตการค้าเสรีในการนำเข้าได้

4.3.4 สรุปผลการวิจัย

5. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการใช้เขตการค้าเสรีในการนำเข้าเพื่อลดต้นทุนวัตถุดิบในธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าของบริษัทกรณีศึกษา โดยใช้ข้อมูลรายการวัตถุดิบ มูลค่าการนำเข้า พิกัดอัตราศุลกากรและถิ่นกำเนิดสินค้าของวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยของบริษัท ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 ถึง เดือนมิถุนายน 2563 เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยโดยใช้เขตการค้าเสรี (Free trade area: FTA) และเพื่อศึกษาวิธีการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยของบริษัทกรณีศึกษา พบว่าวัตถุดิบที่มีความสำคัญระดับ A ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบ 8 รายการ จากซัพพลายเออร์จำนวน 5 ราย ดังนี้

1. ซัพพลายเออร์ A ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ REMOCON ASSY 1 รายการ และ REMOTE CONTROLLER ASSY 2 รายการ นำเข้าด้วยพิกัด 8543.70 มีถิ่นกำเนิดสินค้าในสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้ข้อตกกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้รับการยกเว้นอากรจากร้อยละ

10 เป็นยกเว้นอากร โดยวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าแบบ RVC≥40 หรือ CTSH จะทำให้บริษัทลดอากรขาเข้าจาก 2,244,874.00 บาท ลดลงเหลือ 0 บาท โดยบริษัท จะสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบจากการลดอากรลงได้ 2,244,874.00 บาท

2. ซัพพลายเออร์ B ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบจำนวน 1 รายการได้แก่ DC FAN MOTOR นำเข้าด้วยพิกัด 8501.31 มีถิ่นกำเนิดสินค้าในสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้ข้อตกกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้รับการยกเว้นอากรจากร้อยละ 10 เหลือร้อยละ 5 โดยวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าแบบ RVC≥40 หรือ CTH จะทำให้บริษัทลดอากรขาเข้าจาก 697,919.00 บาท ลดลงเหลือ 348,959.00 บาท โดยบริษัทจะสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบจากการลดอากรลงได้ 348,960 บาท

3. ซัพพลายเออร์ C ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบจำนวน 2 รายการได้แก่ COMPRESSOR ASSY ที่นำเข้าด้วยพิกัด 8414.30 มีถิ่นกำเนิดสินค้าในสาธารณรัฐประชาชนจีนภายใต้ข้อตกกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้รับการยกเว้นอากรจากร้อยละ 10 เหลือร้อยละ 5 โดยวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าแบบ RVC≥40 หรือ CTSH จะทำให้บริษัทลดอากรขาเข้าจาก 2,879,241.00 บาท ลดลงเหลือ 1,439,620.00 บาท โดยบริษัทจะสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบจากการลดอากรลงได้ 1,439,620.00 บาท

4. ซัพพลายเออร์ G ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบจำนวน 1 รายการได้แก่ DC FAN MOTOR ที่นำเข้าด้วยพิกัด 8501.31 มีถิ่นกำเนิดสินค้าในสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้ข้อตกกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้รับการยกเว้นอากรจากร้อยละ 10 เหลือร้อยละ 5 โดยวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าแบบ RVC≥40 หรือ CTH จะทำให้บริษัทลดอากรขาเข้าจาก 371,608.00 บาท ลดลงเหลือ 185,804.00 บาท โดยบริษัทจะสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบจากการลดอากรลงได้ 185,804.00 บาท

5. ซัพพลายเออร์ H ประกอบด้วยรายการวัตถุดิบจำนวน 1 รายการได้แก่ SINGLE PHASE AC FAN MOTOR ที่นำเข้าด้วยพิกัด 8501.10 มีถิ่นกำเนินสินค้าในสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้ข้อตกกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ได้รับการยกเว้นอากรจากร้อยละ 10 เหลือร้อยละ 5 โดยวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าแบบ RVC≥40 หรือ CTH จะทำให้บริษัทลดอากรขาเข้าจาก 1,215,053.00 บาท ลดลงเหลือ 607,526.00 บาท โดยบริษัทจะสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบจากการลดอากรลงได้ 607,527.00 บาท

จากการวิจัยตามข้อ 1-5 วัตถุดิบในกลุ่มเอจำนวน 8 รายการ จากซัพพลายเออร์จำนวน 5 ราย สามารถใช้เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN – CHINA) ในการนำเข้าได้ตามเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้าของแต่ละรายการขึ้นอยู่กับพิกัดศุลกากรที่มีการกำหนดในข้อตกลงฯ และสามารถทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนค่าอากรจาก 7,408,695.00 บาท เป็น 2,581,909.00 บาท ต้นทุนที่ลดลงเท่ากับ 4,826,786.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 65 ของต้นทุนค่าอากรที่เสียไปทั้งหมดโดยสามารถสรุปดังภาพที่ 1

ลำดับ	ซัพพลายเออร์	ชื่อสินค้า	พิกัดศุลกากร	อัตราอากร		มูลค่าอากรปกติ	มูลค่าอากรตามสิทธิ์ FTA	มูลค่าอากรที่ลดได้	เกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า
				ปกติ	FTA				
1	A	REMOCON ASSY	8543.70	10%	ยกเว้นอากร	1,316,576.00	-	1,316,576.00	RVC≥40 หรือ CTSH
2	A	REMOTE CONTROLLER ASSY	8543.70	10%	ยกเว้นอากร	482,877.00	-	482,877.00	RVC≥40 หรือ CTSH
3	A	REMOTE CONTROLLER ASSY	8543.70	10%	ยกเว้นอากร	445,421.00	-	445,421.00	RVC≥40 หรือ CTSH
4	B	DC FAN MOTOR	8501.31	10%	5%	697,919.00	348,959.00	348,960.00	RVC≥40 หรือ CTH
5	C	COMPRESSOR ASSY	8414.30	10%	5%	2,093,295.00	1,046,647.00	1,046,648.00	RVC≥40 หรือ CTSH
6	C	COMPRESSOR ASSY	8414.30	10%	5%	785,946.00	392,973.00	392,973.00	RVC≥40 หรือ CTSH
7	G	DC FAN MOTOR	8501.31	10%	5%	371,608.00	185,804.00	185,804.00	RVC≥40 หรือ CTH
8	H	SINGLE PHASE AC FAN MOTOR	8501.10	10%	5%	1,215,053.00	607,526.00	607,527.00	RVC≥40 หรือ CTH
						7,408,695.00	2,581,909.00	4,826,786.00	

ภาพที่ 1 ตารางสรุปผลรายการวัตถุดิบที่มีความสำคัญระดับเอ

RVC (XX) หมายถึง สัดส่วนมูลค่าการผลิตในภูมิภาคไม่น้อยกว่าร้อยละ 40

CTH หมายถึง การเปลี่ยนพิกัดศุลกากรในระดับ 4 หลัก

CTSH หมายถึง การเปลี่ยนพิกัดศุลกากรในระดับ 6 หลัก

6. อภิปรายผล

เนื่องจากบริษัทกรณีศึกษาเป็นผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่เริ่มประกอบกิจการมาจนถึงปัจจุบัน และมีกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศเป็นหลัก โดยมียอดส่งออกประมาณ 80% และยอดขายในประเทศไทยประมาณ 20% ส่งผลให้ปริมาณวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อการส่งออกมีสัดสวนถึง 80% โดยที่ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก (มาตรา 36) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน [2] ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านบีโอไอมาโดยตลอด แต่ในส่วนของวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อขายในประเทศไทยจะต้องเสียภาษีอากรขาเข้าตามอัตราอากรที่ศุลกากรเรียกเก็บ ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการลดต้นทุนของบริษัท ทางผู้วิจัยจึงเสนอการใช้ข้อตกลงเขตการค้า (FTA) ในการลดต้นทุนอากรขาเข้าวัตถุดิบในส่วนนี้ เพื่อให้ได้รับการยกเว้นหรือลดหน่อยอากรตามที่ได้มีการทำข้อตกลงไว้ เนื่องจากซัพพลายเออร์หลักของบริษัทจะตั้งอยู่ใน ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศในกลุ่มอาเซียน ที่ไทยได้มีการทำเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ ทั้งแบบพหุภาคีและแบบทวิภาคี [3]

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ผู้บริหาร หัวหน้า พนักงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนซัพพลายเออร์ ต้องทำการศึกษาเขตการค้าเสรีเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทั้งผู้ส่งออกและผู้นำเข้า เพื่อป้องกันการใช้สิทธิ์ผิดหรือปฏิบัติไม่ถูกต้องตามเขตการค้าเสรีและอาจโดนเรียกเก็บภาษีย้อนหลังจากศุลกากรหรือปฏิเสธการให้สิทธิ์ได้

(2) ควรขยายผลการศึกษาและการใช้เขตการค้าเสรีไปยังวัตถุดิบในกลุ่มบีและซีด้วย

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลย้อนหลัง 6 เดือนในการวิเคราะห์ ดังนั้นผลลัพธ์อาจไม่สะท้อนต่อความต้องการในอนาคต ควรนำข้อมูลการสั่งซื้อล่วงหน้ามาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้การลดต้นทุนโดยการใช้เขตการค้าเสรี ในการนำเข้าวัตถุดิบเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

(2) การวิจัยนี้ยังไม่มีการนำข้อมูลการนำเข้าวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ที่มีข้อตกลงในการส่งมอบสินค้าแบบ FOB (Free on Board) มาใช้ในการวิจัย เนื่องจากฐานภาษีตามข้อกำหนดของศุลกากรกำหนดว่าจะต้องใช้ฐานภาษีแบบ CIF (Cost Freight and Insurance) ในการคำนวณเพื่อการจัดเก็บภาษีอากร และเพื่อให้ครอบคลุมและเกิดประโยชน์ที่สุด ควรเก็บข้อมูลและทำการเพิ่มข้อมูลการนำเข้าวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ในทุกข้อตกลงในการส่งมอบ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมทั้งหมดของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการวิจัยครั้งต่อไป

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายๆ ท่าน ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ผศ. ดร. ไพโรจน์ เร้าธนชลกุล ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ท่านได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำเสนอความคิดเห็น ตลอดจนตรวจสอบงานวิจัย และขอขอบคุณบริษัทกรณีศึกษาที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

9. เอกสารอ้างอิง

[1] Porter, M.E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance.* New York: Free Press.

[2] สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2563). *คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2563.* ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

[3] กองพิกัดอัตราศุลกากร. (2559). *เขตการค้าเสรี(FTA และ WTO).* สืบค้น 27 กันยายน 2563, จาก http://th.customs.go.th/content_with_menu1_group_link.php?ini_content=fta_and_wto_160809_01&ini_menu=menu_interest_and_law_160421_03&ini_content_group=usage_fta_and_wto_01&lang=th&root_left_menu=menu_interest_and_law_160421_03&left_menu=menu_interest_and_law_160421_03_160928_01

[4] Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* New York: Free Press.

[5] กรมการค้าต่างประเทศ (ม.ป.ป.). *กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin).* สืบค้น 27 กันยายน 2563 , จาก http://fta.dft.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=F5oN8Gpwp4o%3D&tabid=83&mid=421

[6] Puntharee. (2019). *ทำความรู้จัก HS Code และ HTS Code คืออะไร.* สืบค้น 27 กันยายน 2563 , จาก https://goterrestrial.com/2019/11/06/%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81-hs-code-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0-hts-code-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0/

[7] กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป). *ABC analysis.* สืบค้น 28 กันยายน 2563 , จาก https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-abcanalysis

[8] ปภาวิน ปัญญาศิริ. (2558). *ยุทธศาสตร์การบริหารมาตรการกำหนดให้ใช้วัตถุดิบภายในประเทศในการผลิตสินค้า (Local content strategy) เพื่อการใช้สิทธิประโยชน์ตามเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: FTA).* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก https://tdc.thailis.or.th/tdc/

การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง เพื่อมุ่งสู่โซ่อุปทานสีเขียว กรณีศึกษา บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด

CARBON FOOTPRINT ASSESSMENT OF CANNED PINEAPPLE PRODUCTS TO AIM FOR GREEN SUPPLY CHAIN CASE STUDY OF THAI PINEAPPLE CANNING INDUSTRY CO.,LTD.

นางสาววิมลภา ชุ่มดี

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: wimonpa.cho@spulive.net

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรินี มณีศรี

คณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: tharinee.ma@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋องของบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด แบบธุรกิจสู่ธุรกิจ หน่วยการทำงานผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ โดยใช้หลักการประเมินตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (TGO) และประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard ของกองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2) เสนอแนวทางการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงการออกข้อกำหนดหรือนโยบายต่างๆ เพื่อลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อนำไปสู่การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 394 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในขั้นตอนของการได้มาซึ่งวัตถุดิบ มีค่าเท่ากับ 318.98 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.97 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา และในขั้นตอนการผลิตมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 74.97 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.03 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา ดังนั้น สามารถเสนอแนะแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขั้นตอนของการได้มาซึ่งวัตถุดิบเป็นสำคัญ และผลการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard พบว่าบริษัทมีผลการประเมินต่ำ (1 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) ในด้าน (1) การวางแผนและออกแบบผลิตภัณฑ์ (2) กระบวนการสั่งซื้อและการสื่อสารคำสั่งซื้อ และ (3) กระบวนการรับคำสั่งซื้อและสื่อสารเรื่องการส่งมอบ ดังนั้นบริษัทควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สับปะรดกระป๋อง คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ โซ่อุปทานสีเขียว

ABSTRACT

The objectives of the study are 1) to estimate the amount of GHGs that generated from the product of canned pineapple of Thai Pineapple Canning Industry Co.,Ltd. by using business to business (B2B) analysis. This study focuses on the functional units (dark yellow pineapple in syrup and pineapple juice, 20 Oz.) using Life Cycle Assessment (LCA) as a guideline of GHGs emission reduction from canned pineapple products. In addition, this study also aims to assess the initial potential of green supply chain logistics management with Green Supply Chain Logistics Management Scorecard announced by Division of Logistics Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry of Thailand. 2) to propose development, improvement or change in technology using in production process. This study is including the procedure of policies announcement pointing to reduce the carbon footprint from canned pineapple products which could be led to green supply chain management. The result of the study for canned pineapple products (example product) is 394 gCO_2eq. In the pineapple cultivation process, GHGs averagely emitted 318.98 gCO_2eq. of GHGs accounted for 80.97 % of example product. In the production process, Carbon footprint assessment of canned pineapple was 74.97 gCO_2eq. of GHGs accounted for 19.03 % of example product. In conclusion, the suggestions could be reducing greenhouse gas emissions in the process of obtaining raw materials. Besides, the Green Supply Chain Logistics Management Scorecard's assessment results found that that the company has a low evaluation score (1 of 5 point) in terms of (1) product planning and design (2) ordering processes and communication of order and (3) procedure of receiving order and communicating on product delivery. Therefore, the improvement could be focus on the topic of process management in various positions as mentioned above to build more conservational environment.

Keywords: Greenhouse Gases, Carbon Footprint of Product, Green Supply Chain

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ก๊าซเรือนกระจกเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนในปัจจุบัน มีทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ โดยคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) เป็นก๊าซเรือนกระจกที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 75 ของก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยออกมา (สืบค้นเมื่อ 13 ต.ค. 2562, จาก https://ngthai.com/science/25344/greenhouse-gases/)

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตทั้งทางด้านภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมจึงมีการใช้ทรัพยากรในปริมาณสูงและมีการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สูง จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอันดับที่ 20 ของโลก และเป็นอันดับที่ 2 ของอาเซียน (Global Carbon Project, 2560) นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดรายใหญ่ของโลก ซึ่งสับปะรดโรงงานมีปริมาณผลผลิตเป็นอันดับ 1 ในปี พ.ศ. 2559 จำนวน 1.79 ล้านตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) การส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปมีปริมาณ 1,195,995 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,634.61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยการส่งออกหลักคือสินค้าสับปะรดกระป๋องมีปริมาณ 294,185 ตัน คิดเป็นมูลค่า 317.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560) โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตจากการปลูกสับปะรดมากที่สุดในประเทศ คือจำนวน 562,384 ตัน

(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2562) ซึ่งในกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋องจะมีการใช้น้ำและปล่อยของเสียออกสู่สิ่งแวดล้อมในปริมาณมาก เป็นเหตุให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน โดยหนึ่งในเครื่องมือที่หลายประเทศนำมาใช้ในการประเมินเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวคือ คาร์บอนฟุตพริ้นท์ ซึ่งใช้ในการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นวิธีการบริหารจัดการโซ่อุปทานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนอกจากนี้เพื่อให้เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในกระบวนการภาคอุตสาหกรรม กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้พัฒนาแบบประเมิน Green Supply Chain Logistics Management Scorecard เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ศักยภาพของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวขององค์กร และสามารถกำหนดวิธีการในพัฒนาได้อย่างตรงจุด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์และการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard เพื่อวิเคราะห์และจัดทำแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มุ่งสู่โซ่อุปทานสีเขียว โดยเลือกทำการศึกษาผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องและเลือกทำการศึกษาข้อมูลจากบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในการผลิตสับปะรดกระป๋องแห่งแรกในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2505 จนกระทั่งปัจจุบันมีโรงงานมากกว่า 23 แห่งทั่วประเทศที่ดำเนินการแปรรูปสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออก อีกทั้ง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกสับปะรดมากที่สุดในประเทศอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดโซ่การผลิตสับปะรดกระป๋องของ บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด และประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard

(2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงการออกข้อกำหนดหรือนโยบายต่างๆ เพื่อลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อนำไปสู่การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product: CFP)

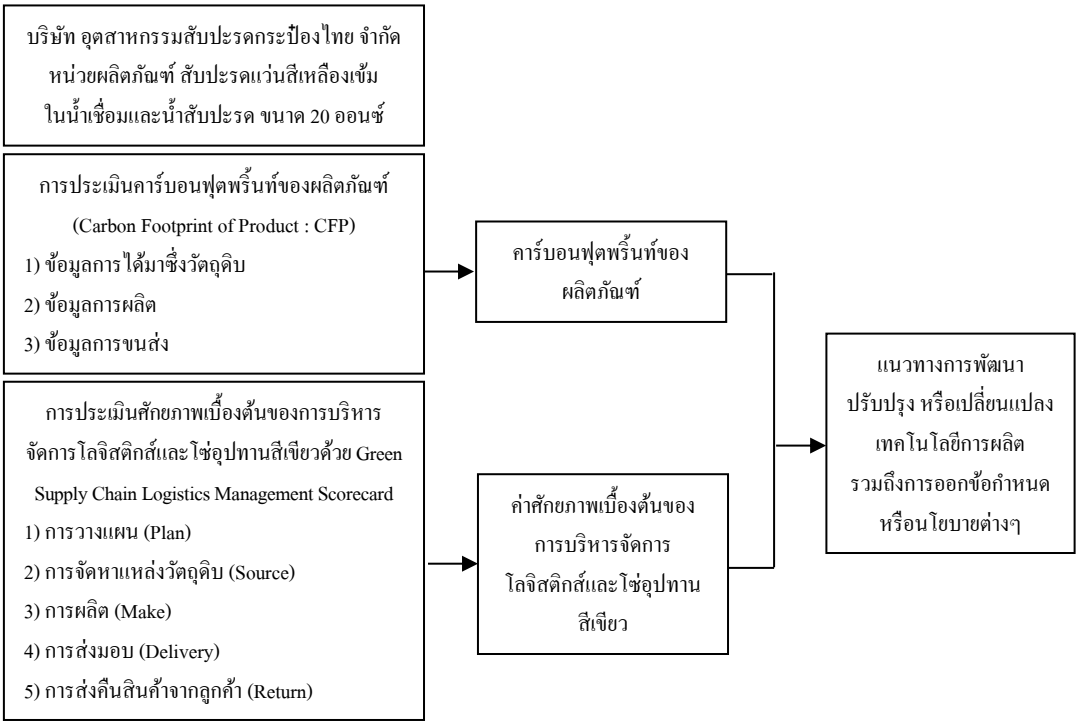
คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product) หมายถึง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งานและการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาปริมาณเท่าใด นอกจากนี้การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในผลิตภัณฑ์ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคได้พิจารณาประกอบในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ (องค์การบริหารการจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2554: 2) โดยการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์หรือปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์นั้นจะถูกทำการตรวจวัดและบันทึกในรูปของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในขั้นตอนต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Trust, 2010: 12) ข้อมูลที่ต้องใช้สำหรับประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประกอบด้วย ชื่อผลิตภัณฑ์ ขอบเขตกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) ทั้งนี้ ข้อมูลทั้งหมดต้องได้รับการบันทึกไว้ในรูปแบบที่

เหมาะสม สำหรับใช้วิเคราะห์และทวนสอบได้อีกอย่างน้อย 2 ปี หรือตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ที่แสดงฉลากนั้นอยู่ในตลาด (องค์การบริหารการจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2554: 9)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management : GSCM) การจัดการกรีนซัพพลายเชน คือการออกแบบและวางแผนวิธีดำเนินธุรกิจที่สามารถช่วยลดปัญหาสภาวะโลกร้อนอันเป็นสาเหตุของสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง โดยพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ทั้งในส่วนของการซื้อหาวัตถุดิบ การคัดเลือกรูปแบบของสินค้าหรือบริการ การผลิตด้วยเทคโนโลยีสะอาด การเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และการขนส่งที่ประหยัดพลังงาน ตลอดจนขั้นตอนการกำจัดของเสียด้วยการนำสินค้ากลับมาใช้ประโยชน์ใหม่อีกครั้ง หรือการฝังกลบ ซึ่งจะส่งเสริมและเอื้อประโยชน์ให้แก่ธุรกิจทั้งในส่วนของการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี รวมถึงสังคมให้การยอมรับ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกินจำเป็นต่างๆ ลง อันเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันและมุ่งสู่ธุรกิจที่มีความมั่นคงยั่งยืนในอนาคต (กอง โลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2557)

แบบประเมิน Green Supply Chain Logistics Management Scorecard กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ประเมินศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวขององค์กร โดยกิจกรรมในโซ่อุปทานที่จะถูกนำมาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของการดำเนินงานในมุมมองด้านสิ่งแวดล้อม คือ กิจกรรมที่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้ประยุกต์กับ SCOR Model และได้กำหนดกระบวนการมาตรฐานในการจัดการโซ่อุปทานไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Delivery) และการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return)

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อหาปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ โดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานภายในองค์กรทุกหน่วยที่อยู่ในขอบเขตงานวิจัยโดยวิธีสัมภาษณ์ รวมไปถึงค้นคว้า หาวิธีการจากข้อมูลเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลสถิติ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่างๆ และฐานข้อมูลที่เผยแพร่ทั่วไป ผลที่ได้คือวิธีการคำนวณปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง จากนั้น ทำการแปรผลการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ลดปริมาณผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการ และการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว โดยใช้ Green Supply Chain Logistics Management Scorecard เพื่อจัดทำแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มุ่งสู่โซ่อุปทานสีเขียว

4.2 ประชากรและตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย

(1) ผู้บริหารและพนักงาน บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋อง และข้อมูลการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว จำนวน 7 ราย

(2) เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋องของบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด จำนวน 6 ราย เนื่องจากบริษัทใช้สับปะรดจากเกษตรกรที่มีการทำสัญญากัน (Contact farming) โดยทำสัญญากับกลุ่มเกษตรกรรายใหญ่ ซึ่งมีการใช้สับปะรดจากกลุ่มเกษตรกรรายใหญ่ในปี พ.ศ. 2562 จำนวนทั้งหมด 32 ราย และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมมาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้กฎรากที่สองของจำนวนไร่สับปะรดตามข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (Product Category Rule: PCR) (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2558)

4.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ 1) คำถามการสัมภาษณ์ 2) แบบประเมินศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Logistics Management Scorecard) ของกองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เริ่มจากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยด้านการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป โดยการศึกษาข้อมูลจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ (1) การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีต่างๆ บทความเชิงวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย รวมถึงข้อมูลที่เผยแพร่ลงในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง แนวคิดเกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว (2) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่กระบวนการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การผลิต การกระจายสินค้า (สิ้นสุดที่หน้าโรงงาน) ตลอดจนการขนส่งที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอน ประกอบด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด เพื่อสอบถามข้อมูลการใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการผลิต การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การเก็บรักษาวัตถุดิบ

ทรัพยากรที่ใช้ พลังงานที่ใช้ และของเสียที่เกิดขึ้น เพื่อประกอบการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋องของบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด เพื่อสอบถามข้อมูลการปลูกและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ในเรื่องพื้นที่เพาะปลูก เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ สถานที่ที่ส่งไปจำหน่าย การใช้และการผลิตวัตถุดิบ การใช้พลังงาน ปริมาณผลผลิตและการขนส่ง และ (3) การเก็บข้อมูลการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard ประกอบด้วยการจัดการโซ่อุปทานในมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Delivery) และการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) เพื่อวิเคราะห์และจัดทำแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่โซ่อุปทานสีเขียวต่อไป

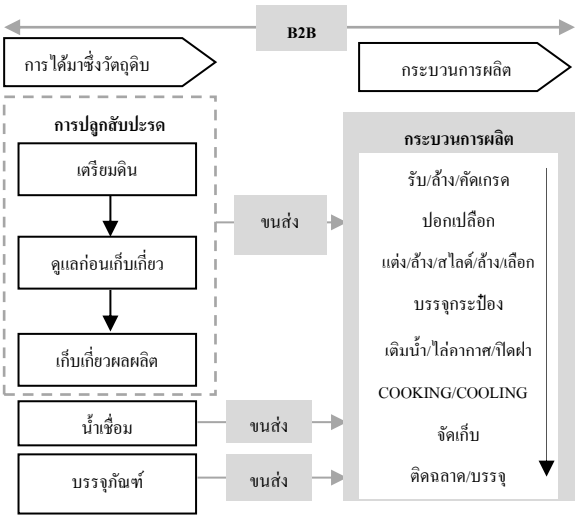
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะมีการวิเคราะห์ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ปริมาณก๊าซเรือนกระจกโดยการพิจารณาปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด โดยกำหนดขอบเขตการประเมินแบบ Business to Business (B2B) อ้างอิงวิธีการประเมินจากคู่มือแนวทางการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่เผยแพร่โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

วิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง มีดังนี้

(1) การกำหนดเป้าหมายและขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้กำหนดเป้าหมายการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องแบบ Business to Business (B2B) ตั้งแต่ขั้นตอนการได้มาซึ่งวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต การกระจายสินค้า (สิ้นสุดที่หน้าโรงงาน) ตลอดจนการขนส่งที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของบริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และกำหนดหน่วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการศึกษา (Functional Unit) ของงานวิจัยนี้ คือ สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ (1 กระป๋อง) เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด



ภาพที่ 2 ขอบเขตการเก็บข้อมูลของผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำบัญชีรายการสิ่งแวดล้อม

จัดทำบัญชีรายการเพื่อรวบรวมข้อมูลปริมาณสารขาเข้า สารขาออก ทรัพยากร และพลังงานในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการ ทั้งข้อมูลกระบวนการเพาะปลูก ข้อมูลการขนส่งที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอน และข้อมูลกระบวนการผลิตสับปะรดกระป๋อง

(3) การประเมินผลกระทบตลอดวัฏจักรชีวิต

การประเมินผลกระทบเป็นการนำบัญชีรายการสิ่งแวดล้อมมาทำการคำนวณเพื่อหาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง โดยแสดงออกมาในรูปของหน่วยคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า แนวทางการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้อ้างอิงการคำนวณตามหนังสือ แนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์โดยคณะกรรมการเทคนิคด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (2554) ซึ่งคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์จะหาได้จากการนำผลรวมของปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CO_2 eq) ของแต่ละกระบวนการมารวมกัน โดยสามารถคำนวณได้ตามสมการต่อไปนี้

$$CFP = \sum A_i \times EF_i$$

CFP คือ ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์หรือปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (หน่วย ผลิตภัณฑ์/กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

A_i คือ ปริมาณการใช้วัตถุดิบ พลังงาน หรือสารเคมีที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรม i (หน่วยผลิตภัณฑ์/กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

EF_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)

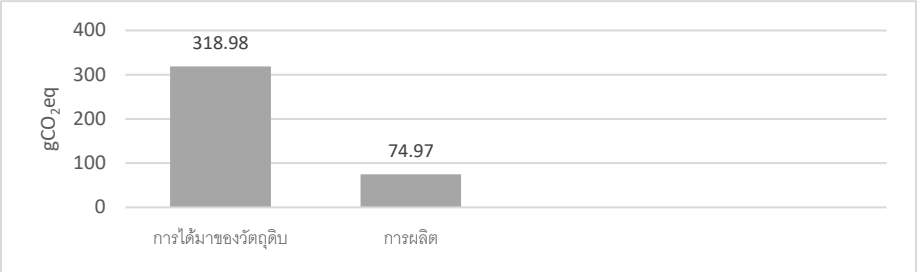
5. ผลการวิจัย

(1) ผลการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์

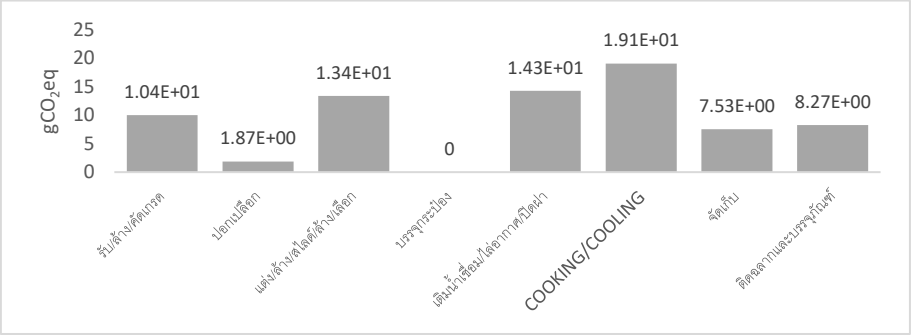
จากการศึกษาผลการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ (1 กระป๋อง) มีค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์เท่ากับ 394 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยพบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขั้นตอนการได้มาของวัตถุดิบมีค่าเท่ากับ 318.98 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.97 และในขั้นตอนการผลิตมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 74.97 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.03 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด และในแต่ละกระบวนการในบริษัทพบว่าผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาจากกระบวนการ COOKING - COOLING มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.51 ของปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต รองลงมาคือการเติมน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด คิดเป็นร้อยละ 19.10 ของปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต และการแต่ง/สไลด์/ล้าง/เลือก คิดเป็นร้อยละ 17.90 ของปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต ดังแสดงในตารางที่ 1 ภาพที่ 3 และภาพที่ 4

ตารางที่ 1 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์

ช่วงวัฏจักรชีวิต	การปล่อย GHG ของการได้มาและการใช้ประโยชน์ วัตถุดิบ พลังงาน และทรัพยากร (gCO_2eq)	การปล่อย GHG ของการขนส่ง วัตถุดิบ พลังงาน และทรัพยากร (gCO_2eq)	ผลรวม (gCO_2eq)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การได้มาของวัตถุดิบ	309.00	9.98	318.98	80.97
การผลิต	74.87	0.10	74.97	19.03
รวม	383.87	10.08	393.95	100



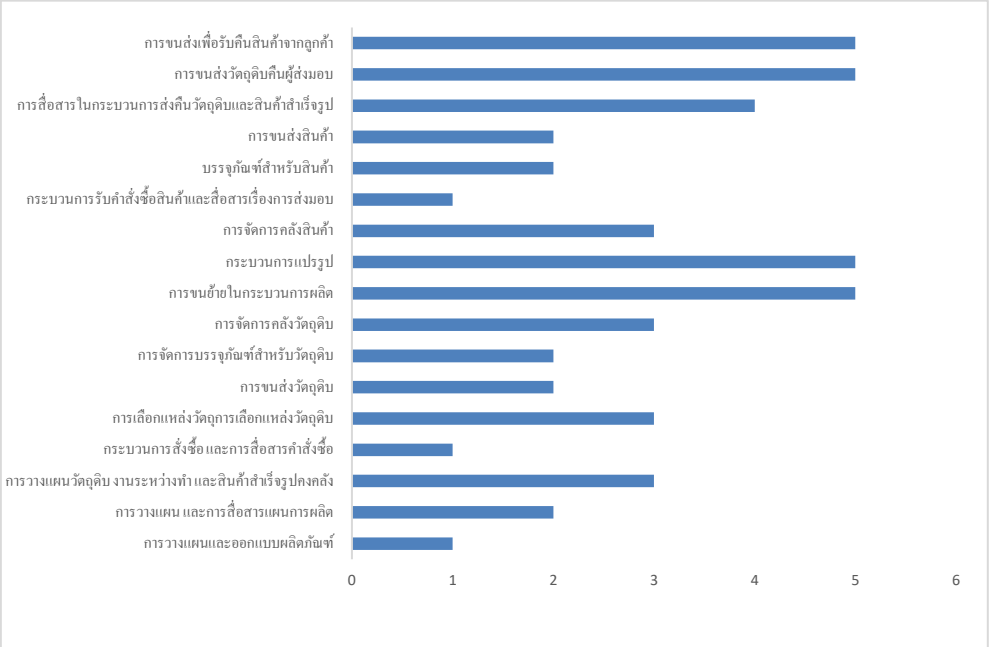
ภาพที่ 3 ผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้ม ในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์



ภาพที่ 4 ผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้ม ในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์

(2) ผลการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว

จากผลการวิเคราะห์กระบวนการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท โดยใช้แบบประเมิน Green Supply Chain Logistics Management Scorecard ได้ผลดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ผลประเมินตามแบบ Green Supply Chain Logistics Management Scorecard

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ (1 กระป๋อง) และผลการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวด้วย Green Supply Chain Logistics Management Scorecard พบว่าบริษัทมีผลการประเมินในด้าน (1) กระบวนการวางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ (2) กระบวนการสั่งซื้อและการสื่อสารคำสั่งซื้อ และ (3) กระบวนการรับคำสั่งซื้อและสื่อสารเรื่องการส่งมอบ ที่ได้คะแนนการประเมินต่ำ ซึ่งจากผลการศึกษาทั้งการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์และการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียวมีความสอดคล้องกันในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการวางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่บริษัทยังไม่มีนโยบายในการกำหนดให้นำประเด็นเรื่องผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมมาพิจารณาประกอบในขั้นตอนการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่พบว่าในกระบวนการได้มาซึ่งกระป๋องมีค่าคาร์บอนฟุตพริ้นในปริมาณสูง

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ข้อเสนอแนะในการลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์

จากผลการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดแว่นสีเหลืองเข้มในน้ำเชื่อมและน้ำสับปะรด ขนาด 20 ออนซ์ (1 กระป๋อง) จะเห็นได้ว่าการได้มาซึ่งวัตถุดิบมีผลกระทบมากที่สุด ซึ่งผลกระทบหลักมาจากการได้มาของกระป๋องบรรจุสับปะรด ซึ่งมีการร่วมมือกับโรงงานผลิตกระป๋องเพื่อออกแบบหรือพัฒนาให้กระป๋องมีความหนาน้อยลงแต่ไม่กระทบกับคุณภาพ หรือลดปริมาณการใช้วัตถุดิบที่ใช้ผลิตกระป๋องลงก็จะช่วยให้ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ลดลงได้

สำหรับปัจจัยภายในกระบวนการผลิต การใช้ไอน้ำเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดผลกระทบมากที่สุด ควรมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตไอน้ำให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น หรือปรับมาใช้เชื้อเพลิงที่เป็นชีวมวล เนื่องจากเป็นเชื้อเพลิงที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ ซึ่งจะทำให้ปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ลดลงได้

(2) ข้อเสนอแนะในการประเมินศักยภาพเบื้องต้นของการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว

ด้านกระบวนการวางแผน : ในการวางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ : ควรมีการวางแผนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

ด้านการจัดซื้อจัดหา : ในการวางแผนคำสั่งซื้อและการสื่อสารแผนการผลิตคำสั่งซื้อ เสนอให้เพิ่มการเก็บข้อมูลผ่านระบบมากขึ้น และควรคัดเลือกจากผู้ส่งมอบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการปลูกสัปปะรดอย่างต่อเนื่อง

ด้านกระบวนการส่งมอบ : ควรมีการลดการใช้วัสดุสิ้นเลืองในกระบวนการส่งมอบ เช่น ฟิล์มพันสินค้า อาจเปลี่ยนมาใช้ผ้าตาข่ายพันพาเลทแทน เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรเพิ่มเติมการศึกษาในเรื่องการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง

(2) ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทที่ทำการศึกษามีการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอนกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อให้บริษัทสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ข้อได้เปรียบในตลาดและยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรได้อีกด้วย

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ธรินี มณีศรี จากวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดมาจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงาน บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย

9. เอกสารอ้างอิง

นพรุจ ธรรมจิโรจและคณะ. (2555). *องค์กรที่ยั่งยืนด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว*. สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ศรีราชา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา ชลบุรี

กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2557). *การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว สำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป*. บริษัท พริ้นท์ ซิตี้ จำกัด, กรุงเทพฯ.

ธารทิพย์ เศรษฐชาญวิทย์. (2558). *การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์และวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ตามหลักการประเมินวัฏจักรชีวิตของอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังเพื่อกำหนดนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม*. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (พัฒนาสังคมและการจัดการสิ่งแวดล้อม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พงศ์เทพ สุวรรณวารีและคณะ. (2557). *วอเตอร์และคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการผลิตน้ำตาลทรายขาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย กรณีศึกษา: จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์*. โครงการวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562). *สับปะรดโรงงาน เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยวผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2562 รายจังหวัด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563, จาก: http://www.oae.go.th/view/1/ตารางแสดงรายละเอียดสับปะรดโรงงาน/TH-TH.

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน). 2554. *แนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์*. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), กรุงเทพฯ

Global Carbon Project. (2017). *CO2-emissions* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562, จาก: http://www.globalcarbonatlas.org/en/CO2-emissions

การเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ความต้องการของผู้รับบริการ กรณีศึกษา ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศรีปทุม

COMPARISON OF CUSTOMER DEMAND FORECASTING METHODS CASE STUDY SRIPATUM UNIVERSITY BOOK CENTER

อภิวัฒน์ ล้อมลิ้ม

นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: apiwat.lo@spu.ac.th

ธรินี มณีศรี

อาจารย์ประจำ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail:tharinee.ma@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับสินค้าขายดีของกรณีศึกษา และนำเสนอแนวทางการสั่งสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลการขายปี 2560 – 2562 ของสินค้าขายดีประเภท Non-book กลุ่มสินค้าที่ระลึก-ฝากขายจำนวน 2 รายการ มาพยากรณ์ด้วยเทคนิคการพยากรณ์ 5 รูปแบบ ได้แก่ 1. ค่าเฉลี่ย เคลื่อนที่ (moving average) 2. หาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก (weighted moving average) 3. วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียล (simple exponential smoothing) 4. วิธีวิเคราะห์แบบถดถอย (simple linear regression analysis) และ 5. การปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียลตามฤดูกาล (winter exponential smoothing adjusted) โดยการเปรียบเทียบค่าความคลาดเคลื่อนที่ต่ำที่สุด เพื่อนำวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุดไปใช้สำหรับการพยากรณ์ความต้องการในอนาคต

ผลการวิจัยพบว่า การพยากรณ์ด้วยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียล (simple exponential smoothing) เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความผิดพลาดสัมบูรณ์ของการพยากรณ์ (MAD = 73.14) ค่าความความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (MSE = 8,842.03) และค่าเปอร์เซ็นความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์เฉลี่ย (MAPE = 81.61%) ต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ทั้ง 5 รูปแบบ

คำสำคัญ: การพยากรณ์, ศูนย์หนังสือ, ค้าปลีก

ABSTRACT

The objective of this research was to compare forecasting methods that were suitable for the best sellers of the case study. And offer guidelines for ordering products to meet the needs of customers By using the sales data of the year 2017 - 2019 of the bestsellers in the non-book category of souvenir-consignment products, 2 items were forecasted with 5 forecasting techniques: 1. moving average 2. Find the value Weighted moving

average 3. Simple exponential smoothing 4. Simple linear regression analysis and 5. Exponential smoothing. (Winter exponential smoothing adjusted) by comparing the lowest tolerances To apply the most suitable forecasting method for forecasting future needs.

The research results were found that Forecasting with simple exponential smoothing is the most appropriate method. The mean absolute error of forecast (MAD = 73.14), mean square error (MSE = 8,842.03) and the mean absolute error percentage (MAPE = 81.61%) were lowest. 5 styles

Keywords: Forecasting, Book center, Retail

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันร้านค้าหลายแห่งประสบปัญหาสินค้าขาดสต็อก หรือสั่งสินค้ามาเกินกว่าความต้องการของลูกค้าการจัดการสินค้าคงคลังมีความสำคัญต่อการจัดการด้านโลจิสติกส์ธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันจะต้องเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าการขาดข้อมูลที่สำคัญสำหรับการจัดการความต้องการของลูกค้าจะเป็นเหตุให้ไม่ทราบความต้องการทำให้เสียโอกาสการขายและเกิดปัญหาในสินค้าที่ลูกค้าไม่ต้องการ การพยากรณ์ความต้องการสินค้าเพื่อให้ทราบความต้องการและรูปแบบการพยากรณ์ที่เหมาะสมรวมถึงการจัดการด้านกลยุทธ์จึงสำคัญสำหรับธุรกิจนี้การมุ่งเน้นเพื่อลูกค้าการสร้างสัมพันธ์ที่ดีจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอย่างทั่วถึงเป็นการบริการที่ดีที่ ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันมีความผันผวนมากขึ้น

จุดแข็งสำคัญอย่างหนึ่งของทุกธุรกิจคือลูกค้า การวางแผนธุรกิจที่คำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักและการบริการต่าง ๆ ที่เน้นลูกค้าให้ดีที่สุด ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่ยากที่สุดที่จะสามารถวัดได้ และมักจะมีการเชื่อมโยงจากการวางแผน จากการวางกลยุทธ์ดังนั้นการที่มีของขายที่เพียงพอเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้มีการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

จากปัจจัยดังกล่าว ทั้งกำไร การจัดการสินค้าคงคลัง ความสามรถในการทำกำไร บางอย่างเป็นสินค้าที่ทำกำไรได้ดีแต่ไม่ได้มีการวางแผนการพยากรณ์เพื่อบริหารจัดการสินค้าต่อความต้องการในการขายก็จะทำให้เกิดปัญหาการขาดช่วงของสินค้าและพลาดโอกาสในการทำกำไรการวางแผนบริหารจัดการที่ดีนอกจากจะทำให้เกิดความพอใจในสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าแล้วยังเป็นช่องทางในการจัดการทำรายได้เพื่อเชยเชยสิ่งที่ขาดไปอีกช่องทางหนึ่ง จึงเป็นที่มาของงานวิจัย การเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ความต้องการของผู้รับบริการกรณีศึกษาศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศรีปทุม เพื่อต้องการหาวิธีการพยากรณ์ความต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับสินค้า โดยได้นำเอาสินค้าในกลุ่มของที่ระลึกฝากขายซึ่งมีสินค้าที่เป็นสินค้าขายดีเป็นอันดับแรกคือเสื้อโปโล

ตารางที่ 1 ข้อมูลสินค้าขาดสต็อค(เสื้อ) หน่วย : ครั้ง / เดือน

เดือน / ปี	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
2017	2	5	8	20	4	3	8	4	6	10	8	15
2018	3	4	7	15	3	3	9	3	8	13	7	18
2019	3	3	9	18	5	4	7	4	7	11	9	14

วิทยา สุหฤทดำรง (2549) ความสัมพันธ์ในระยะยาวจะเป็นพื้นฐานการสร้างมูลค่าในระยะยาว การที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์ถือเป็นสิ่งที่จะสร้างคุณค่า (Value) และทำให้เกิดคุณค่าในมุมมองลูกค้ามองเห็นซึ่งต่อไปจะได้เป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างมูลค่าได้ในระยะยาวทำให้สามารถทราบถึงแต่ละช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการได้อย่างเหมาะสมของสินค้านั้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อเลือกวิธีพยากรณ์ที่เหมาะสมกับสินค้าขายดีของร้านกรณีศึกษา

2) เพื่อนำเสนอแนวทางการสั่งสินค้าให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพยากรณ์ หมายถึง (forecast) การคาดคะเนหรือทำนายการเกิดเหตุการณ์หรือสภาพการณ์ต่างๆในอนาคต โดยการพยากรณ์จะทำการศึกษาแนวโน้มและรูปแบบการเกิดเหตุการณ์ตามข้อมูลในอดีตหรือใช้ความรู้ความสามารถประสบการณ์และดุลยพินิจของผู้พยากรณ์ในปัจจุบันการพยากรณ์มักจะนำไปใช้เกี่ยวกับการวางแผนอุปสงค์ (demand planning) หรือการพยากรณ์ห่วงโซ่อุปทาน (supply chain forecasting) ซึ่งจะใช้ทั้งวิธีการพยากรณ์ทางสถิติและวิธีการสำรวจความคิดเห็น และการพยากรณ์มักใช้กับข้อมูลอนุกรมเวลา เห็นได้ว่าการพยากรณ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการวางแผน และการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานในทุกสาขาอาชีพ (นิภา นิรุตติกุล)

ดังนั้นการพยากรณ์ คือ การคาดคะเน หรือทำนายเหตุการณ์ในอนาคตจากข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน หรือประสบการณ์ การพยากรณ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ตั้งแต่สมัยโบราณมนุษย์รู้จักการพยากรณ์เพื่อการดำรงชีวิต เช่น การพยากรณ์ดินฟ้าอากาศ เพื่อการล่าสัตว์และเพาะปลูก ปัจจุบันการพยากรณ์ได้ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันสำหรับแต่ละคน จนถึงการดำเนินกิจกรรมในองค์การต่างๆการพยากรณ์จะให้ค่าพยากรณ์ คือ จำนวนหรือปริมาณที่ต้องการทราบในอนาคต ในธุรกิจค่าพยากรณ์ที่สำคัญ คือ ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการในอนาคตที่ฝ่ายการตลาดจะทำการพยากรณ์ออกมาและฝ่ายผลิตจะนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตต่อไป

นิตยา วงศ์ระวัง (2556) การจัดการคลังสินค้าผ้าที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมสิ่ง พบว่า เนื่องจากในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีการแข่งขันสูงจึงจำเป็นต้องแก้ไขจุดอ่อนที่ บริษัทมีอยู่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ซึ่งจุดอ่อนของบริษัทคือใช้เพียงประสบการณ์การทำงานเท่านั้น ไม่มีการนำเอาข้อมูลการขายในอดีตมาใช้วิเคราะห์ทางด้านสถิติ ทำให้ในบางเดือนโรงงานสั่งผลิตสินค้ามากเกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้า เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณการผลิตสินค้าให้ได้ใกล้เคียงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด การแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อใช้เป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจการพยากรณ์การผลิตสินค้า จึงทำการวิเคราะห์การหาปริมาณการผลิตสินค้าให้มีระดับเหมาะสม โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2553 จากบริษัทตัวอย่างนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพยากรณ์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่,การพยากรณ์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก,การพยากรณ์โดยวิธีการปรับเรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล, การพยากรณ์โดยวิธีปรับเรียบแบบดับเบิลเอกซ์โพเนนเชียล การพยากรณ์โดยวิธีวินเตอร์ เทคนิคการแยกส่วน เพื่อหาตัวแบบที่เหมาะสมที่สุดในการพยากรณ์และคำนวณหาปริมาณการผลิตที่เหมาะสมกับปริมาณความต้องการจริง

ศิรภัค ธนชลนันท์ (2554) ศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการสั่งซื้อเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ กรณีศึกษาร้าน เอ็นเอสแอร์ เพื่อให้มีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าให้มีความเหมาะสม โดยการพยากรณ์การสั่งซื้อสินค้าจากยอดดีตและทำการหาจุดสั่งซื้อใหม่ของสินค้า รวมถึงการกำหนดระดับของสินค้าคงคลังสำรองให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต เนื่องจากสินค้าของกิจการเป็นสินค้าที่มีฤดูกาล จึงใช้วิธีการพยากรณ์แบบปรับค่าตามฤดูกาล และใช้วิธีเอ๊กโปเนนเชียล หาค่าอัลฟ่าที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด พบว่าการพยากรณ์โดยใช้วิธีเอ็กโปแนนเชียล ที่ค่าอัลฟ่า 0.9 เป็นค่าพยากรณ์ที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

วิธีการปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียลตามฤดูกาล (winter exponential smoothing adjusted) เป็นวิธีพยากรณ์ที่เหมาะสมกับสินค้าขายดีของกรณีศึกษามากกว่าวิธีพยากรณ์อื่น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

นำข้อมูลทุติยภูมิที่มียอดการขายในอดีตของร้าน จากระบบการขายที่มีที่แต่ละเดือนมาทำการเรียบเรียงข้อมูล แล้วนำ ข้อมูลดิบมาแปลงเป็นข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลยอดขายนำ มาลงใน excel แยก ตามเวลาแต่ละเดือน และแปลงเป็นค่าทางสถิติ การเลือกข้อมูลเพื่อนำมาพยากรณ์ จากสินค้าประเภท Non-book กลุ่มสินค้าที่ระลึก-ฝากขาย ที่มียอดขายสูงที่สุด 2 อันดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มสินค้าประเภทเสื้อเลือก 2 แบบดังนี้

เสื้อโปโล	รหัสสินค้า	ชื่อผู้ผลิต
1.เสื้อแบบปักด้านเดียว	1384024	บริษัท โทนี่ แฟบริค จำกัด
2.เสื้อแบบปักสองด้าน	6501019	บริษัท จีเอฟ แอดวานด์ โปรดักส์ จำกัด

2. เปรียบเทียบเทคนิคการพยากรณ์ด้วยเทคนิคต่างๆ

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยทำ การเลือกตัวแบบในการพยากรณ์ โดยนำ แบบสมการทางสถิติ ที่ได้ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ มีวิธีในการพยากรณ์ ดังนี้

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยทำการเลือกตัวแบบในการพยากรณ์ โดยนำแบบสมการทางสถิติ ที่ได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ มีวิธีในการพยากรณ์ ดังนี้

- วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Moving average)

โดยหาค่าเฉลี่ยที่เปลี่ยนไปก็คือ หาค่าเฉลี่ยของหลาย ๆ ค่า ที่มีความต่อเนื่องกันจึงเป็นความถี่ที่ใช้ประโยชน์ในการขายสินค้ารายการต่าง ๆ ตามช่วงเวลาสั้น 3 เดือน ก็จะมีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ไปเรื่อย ๆ การกระทำเช่นนี้ข้อมูลจะมีแนวโน้มที่จะมีการเคลื่อนไหวในระยะสั้น ๆ การคำนวณจะได้ดังสมการดังนี้

$$\hat{Y}_{t+1} = \frac{(Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + \ldots + Y_{t-q+1})}{q}$$

- วิธีหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Moving Average)

เทคนิคค่าถัวเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก จะมีการให้น้ำหนักข้อมูลในอดีตไม่ เท่ากัน โดยให้มีน้ำหนักเป็น W_1 W_2 W_3 ซึ่งผลรวมของน้ำหนักที่ให้จะต้องมีค่าเท่ากับ 1 $[\sum_{i=1}^{n} Wi = 1]$

$$F_{t+1} = W_1 X_t + W_1 X_{t-1} + \ldots + W_n X_{t-n+1}$$

จะเห็นว่า การถ่วงน้ำหนักข้อมูลล่าสุดมากกว่าข้อมูลเก่าๆในอดีตนี้ ทำให้ WMA เคลื่อนไหวได้รวดเร็วใกล้เคียงกับราคาปัจจุบันมากขึ้น

- วิธีปรับเรียบเอกซ์โพเนนเชียลอย่างง่าย (Simple exponential smoothing)

การหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก ซึ่งจะใช้ข้อมูลเริ่มต้นค่าเดียวและถ่วงน้ำหนักโดย ที่มีค่า α อยู่ที่ 0.3 ค่าเฉลี่ยเอ็กซ์โปแนนเชียล

$$(Ft) = Ft\text{-}1 + a(At\text{-}1 - Ft\text{-}1) \text{ หรือ } = a + At\text{-}1\ (1 - a)\ Ft\text{-}1$$

จะกำหนดให้ค่าพยากรณ์ค่าแรกเท่ากับค่าจริงของช่วงเวลาก่อนหน้านั้น 1 ช่วง (ซึ่งก็คือการใช้หลักการเดียวกับการพยากรณ์อย่างง่ายนั่นเอง) จะเห็นได้ว่าการหาค่าเฉลี่ยเอ็กซ์โปเนนเชียลใช้ข้อมูลน้อยกว่า และได้ค่าพยากรณ์เร็วกว่าการหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ แต่ได้ค่าพยากรณ์ที่แม่นยำเท่ากับค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ถ่วงน้ำหนัก

- วิธีวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ (X) และตัวแปรตาม (Y) สมการถดถอยอยู่ในรูปเส้นตรง คือ

$$Y\hat{} = a + bX$$

1. คำนวณค่า Sum of Square ของตัวแปร

$$Sxx = \sum x_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}$$

$$Syy = \sum y_i^2 - \frac{(\sum y_i)^2}{n}$$

$$Sxy = \sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}$$

การวิเคราะห์ Simple Linear Regression มีขั้นตอนดังนี้

2. คำนวณค่าของ a และ b ดังนี้ เรียกว่า Regression Coefficient

$$b = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

- การปรับเรียบด้วยการปรับแนวโน้มและฤดูกาลตามวิธีของ Winters (Exponential smoothing Adjusted for Trend and Seasonal Variation: Winter's Model)

กรณีที่แบบจำลองมีฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้องนั้นการใช้วิธีการตามแบบของ Holt อาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ ดังนั้น Winters จึงได้ขยายแบบจำลองของ Holt เพิ่มเติมเพื่อลดความผิดพลาดในการพยากรณ์โดยการสร้างแบบจำลองแบบใหม่ ที่เรียกว่า three-parameter linear and seasonal exponential smoothing model Winters ซึ่งเพิ่มสมการใหม่เข้าไปเพื่อประมาณการฤดูกาล โดยจะเน้นดัชนีฤดูกาล (Y_t / L_t) การที่ใช้ค่า L_t ไปหาร Y_t เพื่อต้องการแสดงผลที่เป็นค่าดัชนีมากกว่าจะแสดงค่าสัมบูรณ์ (Absolute terms) จึงปรับดัชนีฤดูกาลช่วงเวลา t-s และนำไปหาค่าเฉลี่ย

3. ทดสอบความแม่นยำของวิธีการพยากรณ์และเปรียบเทียบค่า

การวัดความคลาดเคลื่อนของค่าจริงและค่าที่พยากรณ์ได้โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ หรือจำนวนข้อมูลต่างๆ จะพิจารณาจากการที่ค่าจริงใกล้เคียงค่าพยากรณ์ที่สุด หรือทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ยอมเป็นค่าที่เหมาะสมกับการใช้พยากรณ์ให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำ การวัดความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์มี 3 วิธี ได้แก่

- Mean Absolute Deviation (MAD) = ค่า MAD ยิ่งน้อย หมายถึง การพยากรณ์ยิ่งแมนยำ

MAD เป็นการวัดค่าความผิดพลาดสมบูรณ์เฉลี่ยของการพยากรณ์ ซึ่งจะมีประโยชน์มากสำหรับสำหรับการวิเคราะห์ที่ต้องการวัดความผิดพลาดในหน่วยเดียวกันกับข้อมูลอนุกรมเวลา

$$\text{MAD} = \frac{\sum(\text{ค่าที่เกิดขึ้นจริง} - \text{ค่าพยากรณ์})}{n}$$

- Mean Squared Error (MSE) = ค่า MSE ยิ่งน้อย หมายถึง การพยากรณ์ยิ่งแมนยำ

สามารถคำนวณค่าความผิดพลาดของการพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างการพยากรณ์ และค่าการสังเกต n กำลังสอง มีสูตรดังนี้

$$\text{MSE} = \frac{\sum(\text{ค่าความคลาดเคลื่อน})^2}{n}$$

- Mean Absolute Percent Error (MAPE) =ค่า MAPE ยิ่งน้อย หมายถึงการพยากรณ์ยิ่งแมนยำ

MAPE ซึ่งสามารถหาได้จากนำค่าความผิดพลาดที่แท้จริงในแต่ละช่วงเวลาหารด้วยข้อมูลจริงในช่วงเวลานั้น และเฉลี่ยความผิดพลาดที่แท้จริงเป็นร้อยละ ซึ่งมีรูปแบบสมการในการพิจารณาดังนี้

$$\text{MAPE} = \frac{\sum\frac{(\text{ค่าที่เกิดขึ้นจริง} - \text{ค่าพยากรณ์})\text{x}100\%}{\text{ค่าที่เกิดขึ้นจริง}}}{n}$$

4. กำหนดแนวทางการสั่งสินค้า โดยเลือกวิธีการพยากรณ์ที่มีค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุดเพื่อใช้สำหรับพยากรณ์ความต้องการในอนาคต และเป็นแนวทางสั่งสินค้าให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

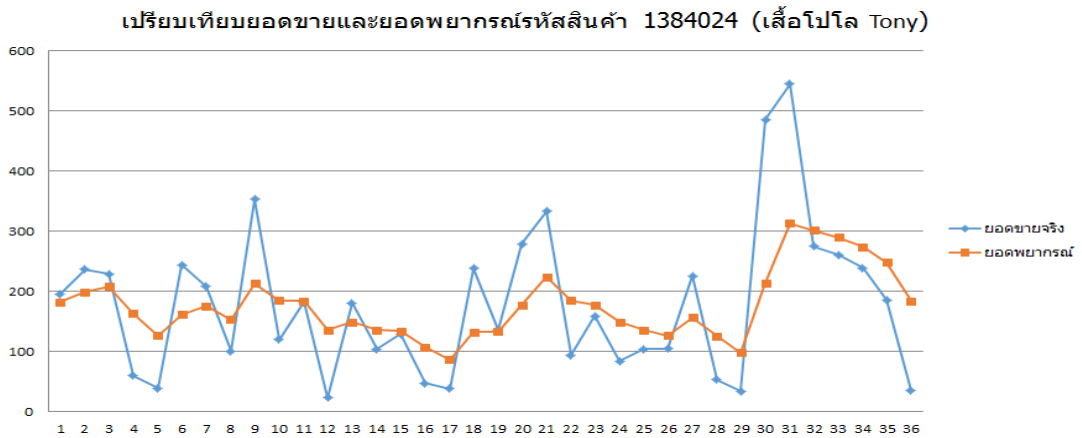
ผู้วิจัยนำข้อมูลยอดขายสินค้าในอดีต (ปี 2560 – 2562) มาทำการพยากรณ์ โดยใช้เครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ทางสถิติ คือโปรแกรม Excel เพื่อเปรียบเทียบค่าพยากรณ์กับข้อมูลจริง รวมถึงการเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ที่มีค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุด

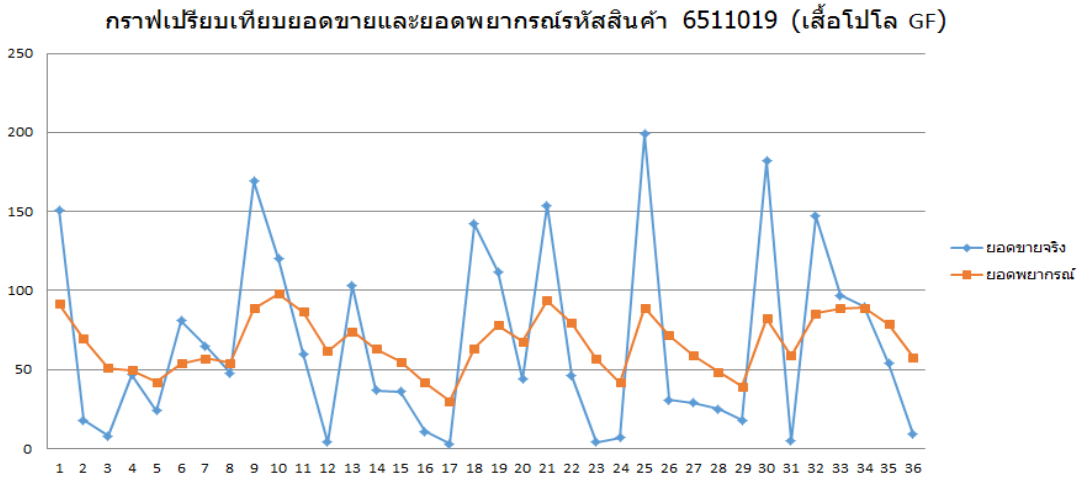
5. ผลการวิจัย

จากการดำเนินการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อหาวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุด พบว่าการพยากรณ์ด้วยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียล (simple exponential smoothing) เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความผิดพลาดสัมบูรณ์ของการพยากรณ์ (MAD = 73.14) ค่าความความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (MSE = 8,842.03) และค่าเปอร์เซ็นความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์เฉลี่ย (MAPE = 81.61%) ต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ทั้ง 5 รูปแบบ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบความแม่นยำของการพยากรณ์

สินค้า	วิธีการพยากรณ์	MAD	MSE	MAPE
เสื้อโปโล TONY	Moving Average	3,513.00	636,387.75	3,679.17%
	Weighted Moving Average	51,206.00	101,850,558.00	54,070.83%
	Simple Exponential Smoothing	73.14	8,842.03	81.61%
	Simple Regression Analysis	6,422.81	48,888,630.38	3,405.41%
	Holt-Winter Exponential Smoothing	4,150.82	13,997,708.31	4,391.13%
เสื้อโปโล GF	Moving Average	1,789.50	147,251.13	11,143.29%
	Weighted Moving Average	604.56	448,520.25	3,842.04%
	Simple Exponential Smoothing	37.01	2,050.95	223.63%
	Simple Regression Analysis	2,279.30	6,603,358.76	3,405.41%
	Holt-Winter Exponential Smoothing	1,754.30	2,449,289.19	11,104.25%





6. สรุปผลการวิจัย

จากการเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ความต้องการของผู้รับบริการด้วยรูปแบบการพยากรณ์ทั้ง 5 วิธี พบว่าวิธีที่เหมาะสมที่สุดคือวิธี การพยากรณ์ด้วยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียล (Simple Exponential Smoothing) เนื่องจากให้ค่าความคลาดเคลื่อนใกล้ความเป็นจริงมากที่สุด ส่งผลให้ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศรีปทุมสั่งสินค้าได้พอดีกับความต้องการของผู้ใช้บริการในปริมาณที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับศิรภัค ธนชลนันท์ (2554) โดยใช้วิธีเอ็กโปแนนเชียล ซึ่งเป็นค่าพยากรณ์ที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุดในศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการสั่งซื้อเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ กรณีศึกษาร้าน เอ็นเอสแอร์ และจากการศึกษาไอวาน สวีตันคอฟ (Svetunkov, 2016) พบว่าการพยากรณ์ด้วยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพแนนเชียลเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและมีประสิทธิภาพมากที่สุดในทางปฏิบัติ โดยอาจแตกต่างกันไปตามรูปแบบอนุกรมเวลาและรูปแบบลักษณะข้อมูลรวมถึงความผันผวนของฤดูกาล

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) จากการวิจัยนี้สามารถนำวิธีนี้ไปใช้กับสินค้าประเภทอื่นๆในลักษณะเดียวกันที่มีความสำคัญเนื่องจากเช่นสถาบันการศึกษามีการแบ่งภาคเรียน หรือลักษณะธุรกิจค้าปลีกที่มีช่วงความแตกต่างของลักษณะสินค้าซึ่งจะมีลักษณะข้อมูลเป็นแบบฤดูกาล

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) จากการวิจัยนี้สามารถนำวิธีนี้ไปใช้กับสินค้าประเภทอื่นที่มีในลักษณะเดียวกัน

(2) การพยากรณ์เป็นเพียงวิธีการหนึ่งในการนำไปใช้เป็นแนวทางการกำหนดการสั่งซื้อในปริมาณที่เหมาะสมที่มีค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุดเพื่อใช้สำหรับพยากรณ์ความต้องการในอนาคต และเป็นแนวทางสั่งสินค้าให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงควรพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่วงเวลาการนำส่งสินค้า (Lead Time) การจัดการผู้ขาย (Supplier) การจำแนกสินค้าตามขนาด และสี (SKU) ที่เหมาะสม และการสร้างกลยุทธ์ในภาพรวม

10. เอกสารอ้างอิง

นิตยา วงศ์ระวัง.(2556). *การจัดการคลังสินค้าผ้าที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ*. ภาคนิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิภา นิรุตติกุล. (2558). *การพยากรณ์การขาย.* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิทยา สุหฤทดำรง. (2549*). ลอจิสติกส์การตลาด.* กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี

ศิรภัค ธนชลนันท์. (2554). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ*. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2557). *เทคนิคการพยากรณ์เพื่อการจัดการ.* พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Svetunkov,.I. (2016). *Complex Exponential Smoothing* Doctoral dissertation, Management School Lancaster University.

องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดน ในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม (CLMV)

ELEMENTS AFFECTING BUSINESS OPERATIONS OF INTERNATIONAL FREIGHT IN CAMBODIA, LAOS, MYANMAR AND VIETNAM (CLMV)

ไอยเรศ วงษ์วัฒนพงษ์
นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: Ayaret.won@spulive.net

ดร.สรพล บูรณกูล
อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : Sorapol.bu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษา องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม (CLMV) เพื่อเสนอผลการดำเนินธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในประเทศไทยจำนวน 300 บริษัท โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนและผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วยด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ด้านทักษะความสามารถและด้านค่านิยมร่วม และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกฎหมาย ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมภายใน, สภาพแวดล้อมภายนอก, ผลการดำเนินธุรกิจ, ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดน, กลุ่มประเทศ CLMV, แนวคิดเชิงดุลยภาพ

ABSTRACT

This article presents data collection and analysis for study. Elements Affecting the Business Operation of the International Freight Forwarders in Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam (CLMV) to recommend the results of the cross-border freight business The sample group was used for 300 cross-border freight carriers in Thailand. The objective of this research was to study factors 1) to study the factors of decision-making factors affecting the business operations of international freight in CLMV 2) to study the business performance of the affecting the business operations of international freight in CLMV 3) to study the relationship between the investment decision factors and the business performance of the affecting the business operations of international freight in CLMV using statistical analysis data including percentage, mean, standard deviation. Statistics, comparison of variables, and one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results showed that internal environmental factors consisted of strategic and strategic aspects. The company also provides social, technological, environmental and legal aspects. The results of the operation of the cross-border shipping carrier in the CLMV.

Keywords: Internal Environment, External Environment, Business Performance, International Freight Forwarder, CLMV Countries, Equilibrium Concept, Balance Scorecard

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันในประเทศในแถบอาเซียนเริ่มมีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้นโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการรวมตัวกันเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในช่วงปลายปี 2558 รวมทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงซึ่งนักลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่มคาบสมุทรอินโดจีน ได้แก่ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เมียนมาและเวียดนาม หรือที่เรียกกันว่ากลุ่มประเทศ CLMV (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam) ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้มีแผนงานและกรอบความตกลงด้านการค้าและโลจิสติกส์โดยกรอบความตกลงที่สำคัญประกอบด้วย 1) แผนแม่บทการเชื่อมโยงอาเซียน 2) แผนงานการพัฒนาการรวมกลุ่มบริการ 3) การเปิดตลาดภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยบริการอาเซียน 4) กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการขนส่งสินค้าผ่านแดนและการขนส่งสินค้าข้ามแดน 5) แผนงานพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion) (จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา, 2561) และนอกเหนือจากแผนงานและกรอบความตกลงอาเซียนดังกล่าว สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564 กำหนดเป้าหมาย ด้านยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาประกอบด้วย (1) ประเทศไทยมีบทบาทหลัก ในภูมิภาคทั้งด้านโลจิสติกส์ การค้า การบริการ และการลงทุน (2) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการกระจาย ความเจริญในภูมิภาค เอเชียกลุ่มอาเซียน และอนุภูมิภาค (3) ระบบห่วงโซ่คุณค่าในอนุภูมิภาคและภูมิภาค อาเซียนมีความเชื่อมโยงกันเพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องโดยมีแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งโลจิสติกส์และโทรคมนาคม ภายใต้ความร่วมมือระดับอนุภูมิภาค และภูมิภาคอาเซียน ในส่วนของจุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลัก ในข้อ 2.2.17 การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศให้เข้มข้นและส่งผลต่อการพัฒนาอย่างเต็มที่ โดยในระยะเวลา 5 ปีต่อจากนี้ไปจะมุ่งเน้นการผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันมีความคืบหน้าและชัดเจนในระดับ

ปฏิบัติการและในแต่ละจุดพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศรวมทั้งการผลักดันการลดการใช้มาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีในการกีดกันการค้าการลงทุนระหว่างกันควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่าย ภายในประเทศและต่อเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้านและการเตรียมความพร้อมให้ ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่ภาคตะวันตกและตะวันออกของภูมิภาคเอเชีย (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560 - 2564) จากความสำคัญของการเติบโตของธุรกิจขนส่งสินค้าในประเทศตลาดเกิดใหม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ“องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV” โดยวิเคราะห์และภาพรวมของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำหรับพื้นที่ที่กำลังจะเข้าไปดำเนินงานธุรกิจเพื่อทำความเข้าใจ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ใหม่และจะต้องคิดวางแผนเพื่อหาประโยชน์สำหรับการที่จะเข้าไปเปิดตลาดใหม่ในพื้นที่ยังไม่ทำเคยธุรกิจมาก่อน (เอกกมล เอี่ยมศรี, 2555) และศึกษาผลการดำเนินธุรกิจโดยการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV การวิเคราะห์ปัจจัยภายในบริษัทโดยใช้แนวคิดทางการบริหาร (McKinsey 's 7S Framework)และเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV สามารถเข้าไปแข่งขันกับตลาดต่างประเทศโดยการใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ Balanced Scorecard (BSC) เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการวัดผลกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้บริหารระดับสูงสามารถเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนและผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดเชิงดุลยภาพ (Balance Scorecard : BSC)

นภดล ร่มโพธิ์ และมนวิกา ผดุงสิทธิ์ (2552) กล่าวว่า Balance Scorecard เป็น แนวคิดที่เกิดจาก Professor Robert Kaplan อาจารย์จากมหาวิทยาลัย Havard และที่ปรึกษา ทางด้านการจัดการ Dr.David Norton ได้ริเริ่มและพัฒนาBalance Scorecard ตั้งแต่ปี 1990 เป็น ต้นมา ต่อมาในปี 1992 แนวคิด Balance Scorecard ได้ลงตีพิมพ์ในวารสาร Havard Business Review และได้ให้คำนิยามของ Balance Scorecard ว่าเป็นเครื่องมือในด้านการบริหารองค์กร ทำให้องค์กรขับเคลื่อนกลยุทธ์ และเป็นเครื่องมือประเมินผลการปฏิบัติงานที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน Balanced Scorecard (BSC) คือเป็นการวัดผลการปฏิบัติงานการ ดำเนินการขององค์กร โดยมีการปรับแปลงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่องค์กรวางไว้มากำหนดกรอบให้ คณะผู้บริหารให้เป็นวัตถุประสงค์และการวัดผลการปฏิบัติงานซึ่งกำหนดกรอบเป็นมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการพัฒนาจัดทำเป็น ตารางกรอบการประเมิน (Scorecard) แต่ละมุมมองจะต้องกำหนดรายละเอียดให้ลึกลงไปอีก 4 รายการ ได้แก่วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Target) การริเริ่ม (Initiatives)

และการวัด (Measures) เพื่อใช้เป็นขอบเขตการบริหารจัดการในองค์กรและประเมินผลการทำงานที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเชิงธุรกิจ (PEST Analysis)

PEST Analysis คือ เครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ "ภาพรวม"ของสภาพแวดล้อมในพื้นที่ที่กำลังจะเข้าไปดำเนินงานด้านธุรกิจและคิดเกี่ยวกับโอกาสและภัยคุกคามที่อยู่ภายในพื้นที่ธุรกิจใหม่ คุณจะต้องทำการค้นคว้าข้อมูลต่างๆเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของคุณในพื้นที่ใหม่ และคุณจะต้องคิดวางแผนเพื่อหา ประโยชน์จากโอกาสและพยามลดภัยคุกคามลงให้ได้ โดยปัจจัยภายนอกในระดับกว้างมีผลกระทบทางอ้อมโดยตรงประกอบด้วย 1.ปัจจัยทางการเมือง (Political) 2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic) 3. ปัจจัยทางสังคม (Social) 4. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological) 5. ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal) 6.ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

3.3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานแบบ 7S

การบริหารงานแบบ 7S เป็นแนวคิดที่ Robert Waterman, Tom Peter and Julien Phillips ได้มีการนำเสนอขึ้นมาในปี ค.ศ. 1980 โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการบริหารงานภายใน องค์กร 7 ประการ คือ (1) กลยุทธ์ (2) โครงสร้าง (3) ระบบ (4) ค่านิยมร่วมกัน (5) สไตล์ (6) พนักงาน (7) ทักษะ ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรทั้งระบบ เพราะสามารถนำไปสู่การประเมินผลประสิทธิภาพในการบริหารองค์กร

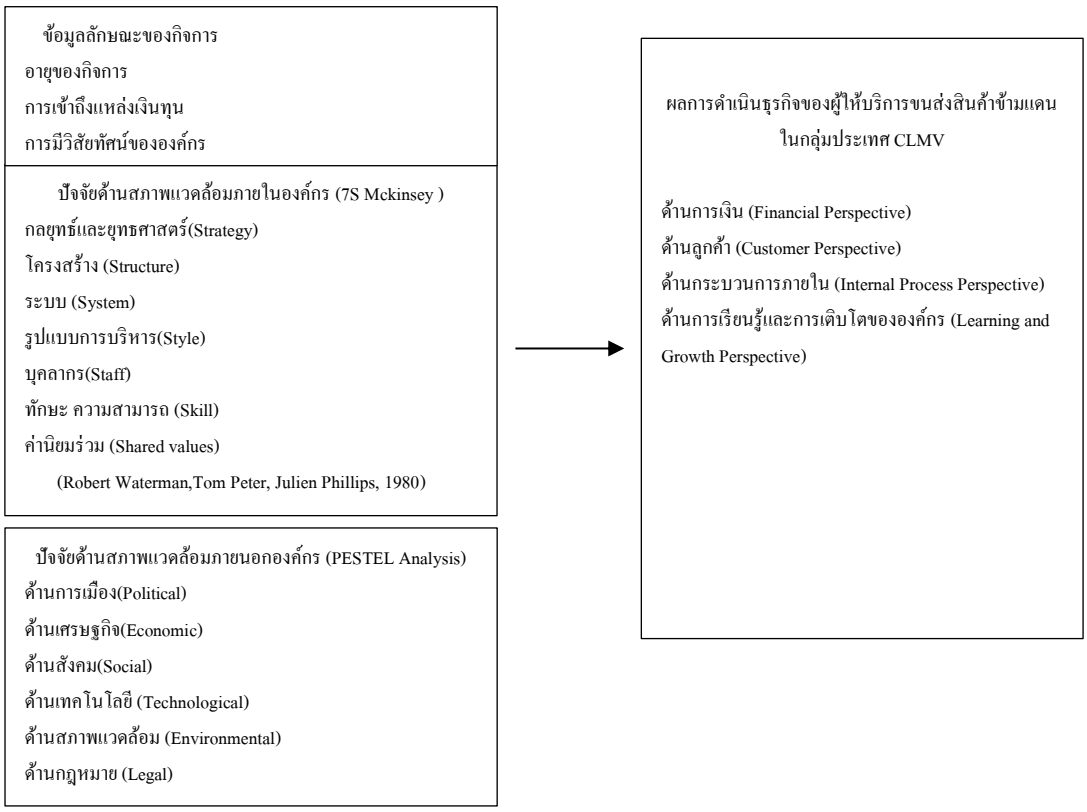
3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มธุรดา สมัยกุล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเศรษกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาตลาดมิตรภาพชายแดนไทย – กัมพูชา จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์และปัญหาอุปสรรคของการค้าชายแดนและเพื่อศึกษาความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนรวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดน ไทย- กัมพูชา โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้ประชาคมอาเซียนได้แก่ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ รูปแบบ การจัดการ บุคลากร ทักษะ ค่านิยมร่วม และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้ประชาคมอาเซียนได้แก่ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการเมืองไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าของตลาดมิตรภาพชายแดนไทย-กัมพูชา สรุปจากการทำการค้าได้อย่างปกติและปัจจัยด้านกฎหมายนั้นมีข้อขัดข้องในเรื่องของระเบียบในเรื่องของระเบียบวิธีการทางด่านศุลกากรในการเข้าออกสินค้า และปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลด้านบวกต่อการเข้าสู่ตลาดที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมทางด้านสังคมของประชาคมอาเซียน ประเทศอื่นๆในอาเซียนได้เปรียบเรื่องของภาษาจึงทำให้เกิดประโยชน์ทางด้านการค้า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้นถือเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการวิเคราะห์โดยการใช้ข้อมูลจากสภาพแวดล้อมองค์การ (PESTEL Analysis) และความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล (BSC) จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยองค์การ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ โดยมีค่าความสัมพันธ์กันสูงปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การ โดยเฉพาะการดำเนิน

ธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา การปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลด้านลักษณะของกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ต่างกัน

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ต่างกัน

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ต่างกัน

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

6.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในประเทศ CLMV ที่จดทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ณ ปี 2563 จำนวน 1,277 บริษัทโดยขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา2549) จากผลคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 300 บริษัท

6.3 เครื่องมือวิจัย

1) นำปัจจัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกและผลการดำเนินธุรกิจ 17 ด้านไปทำการสร้างแบบสอบถามและนำไปตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญ

2) นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลอง

3) การจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ภายหลังจากที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ผ่านการหาคุณภาพของแบบสอบถามจากการ (Try Out) และนำเสนอต่อที่ปรึกษาแล้ว ขั้นสุดท้ายจะมาถึงขั้นของการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นำไปใช้จริง

4) แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็น เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วยส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการวิเคราะห์ปัจจัยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร และแนวคิดเชิงดุลยภาพ

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นการลดระยะเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

6.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในและผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยใช้แบบค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานได้แก่การวิเคราะห์การมีวิสัยทัศน์ขององค์การจะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T-Test)

6.4) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV แตกต่างกันหรือไม่

6.5) การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งก็คือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรปัจจัยกับตัวแปรตาม คือ แนวคิดเชิงดุลยภาพ

7. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 องค์ประกอบของปัจจัยในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMVในส่วนนี้จะแสดงผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

ข้อที่	การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
1.	ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์	4.295	0.611	มาก
2.	ด้านโครงสร้างองค์กร	4.288	0.669	มาก
3.	ด้านระบบการปฏิบัติงาน	4.259	0.651	มาก
4.	ด้านการบริหารบุคลากร	4.236	0.637	มาก
5.	ด้านรูปแบบการบริหาร	4.272	0.630	มาก
6.	ด้านทักษะและความสามารถ	4.312	0.657	มาก
7.	ด้านค่านิยมร่วม	4.165	0.620	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านทักษะและความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านกลยุทธ์และยุทธ์ศาสตร์ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านระบบการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารบุคคลกร และด้านค่านิยมร่วมตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ข้อที่	การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
1.	ด้านการเมือง	4.295	0.611	มาก
2.	ด้านเศรษฐกิจ	4.271	0.588	มาก
3.	ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4.213	0.661	มาก
4.	ด้านก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	4.258	0.589	มาก
5.	ด้านกฎหมาย	4.211	0.596	มาก
6.	ด้านสิ่งแวดล้อม	4.176	0.644	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านกฎหมายและด้านสิ่งแวดล้อมตามลำดับ

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อผลการดำเนินธุรกิจ

ข้อที่	การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
1.	ด้านการเงิน	4.101	0.696	มาก
2.	ด้านลูกค้า	4.066	0.692	มาก
3.	ด้านกระบวนการภายใน	4.106	0.708	มาก
4.	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	4.098	0.690	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินธุรกิจด้านกระบวนการภายในโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนและผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการมีวิสัยทัศน์ขององค์การ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการใช้ (Independent-Samples T Test)

	F	**Sig.**	**t**	**df**	**Sig. (2-tailed)**	**Mean Difference**
การมีวิสัยทัศน์ขององค์กร	.331	.565	1.344	312	.180	.15381

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า T-test = 1.344 และค่า Sig = 0.180 (2-tailed)/2 = 0.09 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นสรุปได้ว่าการมีวิสัยทัศน์ขององค์กรส่งผลต่อการประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยจำแนกตามด้านอายุของกิจการ โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
ระหว่างกลุ่ม	1.247	3	.416	1.102	.349
ภายในกลุ่ม	116.952	297	.377		
รวม	118.199	300			

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของผู้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยจำแนกตามด้านกิจการมีค่าSig เท่ากับ 0.349 ซึ่งมากกว่า 0.05 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีอายุกิจการต่างกัน ส่งผลต่อผลประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยจำแนกตามด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.209	3	.070	.183	.908
ภายในกลุ่ม	117.990	297	.381		
รวม	118.199	300			

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV โดยจำแนกตามด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนมีค่า Sig เท่ากับ 0.908 ซึ่งมากกว่า 0.05 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในประเทศตลาดเกิดใหม่ (CLMV) ที่มีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่างกันส่งผลต่อผลประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter ได้ผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661[a]	.437	.424	.46619

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.715	.238		3.010	.003
กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ (x_1)	.198	.062	.197	3.193	.002
ทักษะ ความสามารถ (x_2)	.243	.062	.260	3.907	.000
ค่านิยมร่วม (x_3)	.292	.059	.295	4.952	.000

a. Dependent Variable: ผลการดำเนินธุรกิจ

จากตารางที่ 7 พบว่า สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น $R^2 = 0.437$ (43.7%) สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

Y = 0.295 (ค่านิยมร่วม)+0.260 (ด้านทักษะความสามารถ)+ 0.197 (ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์)

$Y = 0.295\ (X_1) + 0.260\ (X_2) + 0.197\ (X_3)$ สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

Z = 0.292 (ค่านิยมร่วม)+0.243 (ด้านทักษะความสามารถ)+ 0.198 (ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์)

$Z = 0.292\ (Z_1) + 0.243\ (Z_2) + 0.198\ (Z_3)$

จากสมการปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วยกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ทักษะความสามารถและค่านิยมร่วม ร่วมกันพยากรณ์ ตัวแปรตามคือ ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ด้วยการวิเคราะห์การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter ได้ผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMVส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707[a]	.500	.491	.43856

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.549	.223		2.458	.015
ด้านสังคม (x_1)	.145	.051	.156	2.836	.005
ด้านเทคโนโลยี (x_2)	.178	.061	.170	2.913	.004
ด้านสภาพแวดล้อม (x_3)	.193	.066	.188	2.911	.004
ด้านกฎหมาย (x4)	.311	.051	.326	6.059	.000

a. Dependent Variable: ผลการดำเนินธุรกิจ

จากตารางที่ 8 พบว่า สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น $R^2 = 0.500$ (50%) สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบY = 0.326 (ด้านกฎหมาย)+0.188 (ด้านสภาพแวดล้อม)+0.170 (ด้านเทคโนโลยี) +0.156 (ด้านสังคม)

$Y = 0.326 (x_1) + 0.188 (x_2) + 0.170 (x_3) + 0.156 (x_4)$ สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

Z = 0.311 (ด้านกฎหมาย)+0.193 (ด้านสภาพแวดล้อม)+0.178 (ด้านเทคโนโลยี) +0. 145 (ด้านสังคม)

$Z = 0.311 (Z_1) + 0.193 (Z_2) + 0.178 (Z_3) + 0.178 (Z_4)$

จากสมการปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกฎหมาย ร่วมกันพยากรณ์ ตัวแปรตามคือ ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV

8. อภิปรายผล

8.1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะของกิจการที่ ประกอบด้วย อายุของกิจการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การมีวิสัยทัศน์ขององค์กรแตกต่างกันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านของอายุกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ไม่แตกต่างกันที่รดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ไม่แตกต่างกันที่รดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และด้านการมีวิสัยทัศน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมของด้านข้อมูลประชากรศาสตร์พบว่าผลการวิเคราะห์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8.2 จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.261 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มธุรดา สมัยกุล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาตลาดมิตรภาพแดนไทย - กัมพูชา จังหวัดสระแก้ว พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.550 อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ อัศกร ปานเพชร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาด ของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.440 อยู่ในระดับมากสำหรับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านค่านิยมร่วม ด้านทักษะความสามารถ และด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ตามลำดับการที่บริษัทจะประสบความสำเร็จด้านของผลประกอบการนั้นต้องมีผู้นำที่ดีสามารถบริหารจัดการ ตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงาน การกำหนดวิสัยทัศอย่างชัดเจนและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อถ่ายทอดให้ตรงตามเป้าหมายของการปฏิบัติงานให้เท่าทันสถานการณ์ได้ รวมถึงการส่งเสริมให้กับพนักงานสำหรับการตอบแทนความทุ่มเทความเสียสละต่อผลประกอบธุรกิจของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด

8.3 จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.237 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อายุส ยุวรี (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.950 อยู่ในระดับมาก ขัดแย้งกับ อัศกร ปานเพชร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.620 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ส่งผลมากที่สุดในด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อมและด้านกฎหมาย ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้และมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพราะจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นส่งผลให้ประความสำเร็จและล้มเหลว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริษัทว่าสามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์การเปลี่ยนแปลงได้มากน้อยเพียงใด

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้าน ด้านค่านิยมร่วม ด้านทักษะความสามารถ และด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ โดยเฉพาะ ด้านค่านิยมร่วมและทักษะความสามารถ

โดยธุรกิจควรมีการกำหนดหน้าที่ให้ตรงกับความสามารถของพนักงานตามระดับต่างๆอย่างเหมาะสมและควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานในทุกๆไตรมาส

2) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกฎหมาย ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนในกลุ่มประเทศ CLMV ดังนั้นดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ โดยเฉพาะด้านกฎหมายที่มีค่าสูงที่สุดในปัจจัยทั้ง 4 ด้านดังนั้นธุรกิจควรมีการศึกษาด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสังคมอยู่สม่ำเสมอเพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยาย ไปในประเทศในอาเซียนเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

10. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของดร.สรพล บูรณกูล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย ขอขอบคุณดร.สกาวรัตน์ จรุงนันทกาลและอาจารย์เกศินี สือนิ สำหรับข้อแนะนำความช่วยเหลือในทุกๆด้าน ในการทำวิจัย

11. เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จักรกฤษณ์ ดวงพัสตราและคณะ. (2561). *การพัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แจนยัวรี่ วัฒนสุข. 2558. *การประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลของบริษัทกรณีศึกษา.* วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

มธุรดา สมัยกุล. 2556. *แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาตลาดมิตรภาพแดนไทย - กัมพูชา จังหวัดสระแก้ว.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). *ปัจจัยความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, "แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12". กรุงเทพฯ : 2560-2564.

อัศกร ปานเพรช. (2559). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อายุส ยุวรี. 2560. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ Start-up.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกกมล เอี่ยมศรี. (2555). *PEST Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2563, จาก: http://oknation.nationtv.tv/blog/newmanagement/2011/06/03/entry-1.

กลุ่มย่อยที่ 5

นิเทศศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์

การให้บริการชมภาพยนตร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

INTERNET MOVIE WATCHING SERVICE AND MOVIE WATCHING BEHAVIOR OF PEOPLE IN BANGKOK

ชาญวิทย พรหมพิทักษ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : Chanwit.pr@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการการชมภาพยนตร์ออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ 2) เพื่อศึกษาว่า Digital Disruption มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ โดยส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบปรนัย (Multiple Choices) ส่วนที่ 3 เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปชมภาพยนตร์เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์บ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. เลือกชมในวันจันทร์-วันศุกร์บ่อยที่สุด ส่วนใหญ่จะเลือกไปชมภาพยนตร์กับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างมักเลือกชมภาพยนตร์แอ็คชั่นบ่อยที่สุด อุปกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างมักใช้ในการชมภาพยนตร์ออนไลน์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ/คอมพิวเตอร์พกพา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยทดลองใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยจ่ายเงินเพื่อดาวน์โหลดภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อแพ็คเกจเพื่อชมภาพยนตร์ออนไลน์ และส่วนใหญ่ยังคงเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างยังเลือกเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มากกว่าชมภาพยนตร์ออนไลน์ จากแบบสอบถามพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเคยทดลองใช้บริการเน็ตฟลิกซ์มากที่สุด และเป็นสมาชิกเน็ตฟลิกซ์มากที่สุดเช่นกัน กลุ่มตัวอย่างชมภาพยนตร์ออนไลน์ เฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน เลือกชมภาพยนตร์แอ็คชั่นบ่อยที่สุด เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ เนื่องจากความสะดวกในการรับชม และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ เหตุผลสำคัญที่สุด คือ ยังคงชอบการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เช่นเดิม และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ในระดับสูง คือ ความสะดวกในการรับชม

คำสำคัญ: ภาพยนตร์ ออนไลน์ ดิจิทัล ดิสรัปชั่น

ABSTRACT

The objectives of this research are as follows: 1) to study the behavior of people in Bangkok's online movie viewing service; 2) to study how digital disruption affects the movie viewing behavior of people in Bangkok and 3) to study about factors affecting changing viewing habits of movies. This research is a survey research and the research tools were questionnaires, which were divided into 3 parts, consisting of part 1 demographic characteristics, part 2 movie viewing behavior, and part 3 factors affecting movie selection. Part 1 and part 2 were Multiple Choices, Part 3 is Rating Scale. The research results were found that movie viewing behavior was found that the sample group traveled to watch movies on average 1 time per month. The sample group received the most news about movies from social networks. The time when the sample group most often visits the movie theater is from 6:01 PM to 8:00 PM, most often on Monday - Friday. Most would choose to go to the movies with friends. Subjects tend to choose to watch action movies most often. The devices used by the sample group to watch movies online were desktop/laptop. Most of the sample groups have tried to use online movie viewing service. But most of them never pay to download movies. The sample group used to purchase packages to watch movies online and most of them still travel to the cinema. The majority of respondents opted to go to the cinema to watch movies online. From the online movie viewing behavior questionnaire The sample group had the most trial using Netflix service and is the most Netflix member as well. The sample groups watch online movies 4 times per month on average. Choose to watch action movies most often, the most important reason that the sample group chooses to watch movies online due to the ease of viewing and for the sample group who do not use the online movie viewing service, the most important reason is that I still like watching movies in theaters. And a factor affecting the change in movie viewing behavior at a high level is viewing convenience.

Keywords: movies, online, digital, disruption

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจพิเศษตรงที่ การจำหน่ายสินค้า (ภาพยนตร์) ต้องมีสถานที่พิเศษที่เรียกว่า "ธุรกิจการฉาย" หรือโรงฉายภาพยนตร์ ธุรกิจโรงภาพยนตร์เป็นธุรกิจ "ปลายน้ำ" ของโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ โดยต้นน้ำ คือ ธุรกิจการผลิตภาพยนตร์ กลางน้ำคือ ธุรกิจการจัดจำหน่าย และ การโปรโมท ดังนั้น ธุรกิจปลายน้ำจึงมีต้นทุนรายจ่ายสำคัญ ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ ค่าดูแลรักษาสถานที่ และอุปกรณ์การฉาย ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่า[1] สิ่งใหม่ที่ส่งผลโดยตรงกับธุรกิจภาพยนตร์ คือ สื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีระบบดิจิทัล

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้รูปแบบการขาย และกลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecommerce) ที่มีอัตราสูงขึ้นทั่วโลก ดึงดูดความสนใจของนักลงทุนบริษัทและผู้บริโภคมากขึ้นเช่นกัน รูปแบบการให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์ในต่างประเทศมีรูปแบบการให้บริการ 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ รูปแบบที่ 1 การให้บริการด้วยวิธีดาวน์โหลดเมื่อผู้ชม

[1] อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. 2560. *๑๒๐ ปี ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย.* กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภาการพิมพ์: 185.

เลือกซื้อภาพยนตร์ที่ต้องการ ผู้ให้บริการจะส่งข้อมูลภาพยนตร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ชมต้องรอให้ข้อมูลทั้งหมดดาวน์โหลดลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ชมให้ครบถ้วนก่อนที่จะชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวได้ รูปแบบที่ 2 คือ การชมภาพยนตร์แบบออนไลน์ ด้วยวิธีการสตรีมมิ่ง (Streaming) ลักษณะการให้บริการเหมือนการเช่าภาพยนตร์เมื่อผู้ชมเลือกภาพยนตร์ที่ต้องการแล้ว ผู้ให้บริการจะส่งข้อมูลภาพยนตร์มายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ชม ผู้ชมไม่จำเป็นต้องรอให้ภาพยนตร์ทั้งเรื่องดาวน์โหลดให้ครบก็สามารถจะชมภาพยนตร์ได้ทันที ผู้ชมสามารถชมภาพยนตร์กี่ครั้งก็ได้ ในเวลาที่ผู้ให้บริการกำหนด เมื่อครบกำหนดการชมที่ทางผู้ให้บริการกำหนดไว้ภาพยนตร์เรื่องนั้นจะหายไปจากคอมพิวเตอร์โดยอัตโนมัติ ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์แบบสตรีมมิ่งเริ่มมีการขยายตัวมากขึ้น Hollywood HDTV เป็นผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์แบบสตรีมมิ่งเจ้าแรกในประเทศไทย ดังนั้น การให้บริการชมภาพยนตร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นดูจะมีผลกระทบต่อทั้งผู้ชม ผู้ให้บริการ ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะยิ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงแหล่งการชมภาพยนตร์ได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจจะสำรวจว่าพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนมีความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการให้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์หรือไม่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการการชมภาพยนตร์ออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาว่า Digital Disruption มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนแปลงไปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดเกี่ยวกับดิสรัปชั่น (Digital Disruption) และแนวคิดเกี่ยวกับการขัดขวางทาง

2) พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Behavior)

3) แนวคิดการทำการตลาดรูปแบบออนไลน์

4) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

5) แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

6) แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะประชากร

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิตาภา จุลเสนีย์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง “ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการการบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากยังมีพฤติกรรมการใช้สื่อดีวีดีและวีซีดีเป็นส่วนใหญ่ และมีความชอบในการชมภาพยนตร์ใน โรงภาพยนตร์เป็นอย่างมาก พฤติกรรมการชมภาพยนตร์และดาวน์โหลดสื่อ เพลง ละคร คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์มีมาก แต่พฤติกรรมการซื้อสิ่งบันเทิงข้างต้นกลับตรงกันข้าม ลักษณะของผู้ใช้บริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นวัยรุ่น ระบบการบริการที่เหมาะสม คือ ระบบการชมภาพยนตร์ออนไลน์ (Streaming) ประเภทภาพยนตร์ที่ต้องการชมมากที่สุด คือ ภาพยนตร์ตลก (Comedy) ด้านผลกระทบต่อช่อง

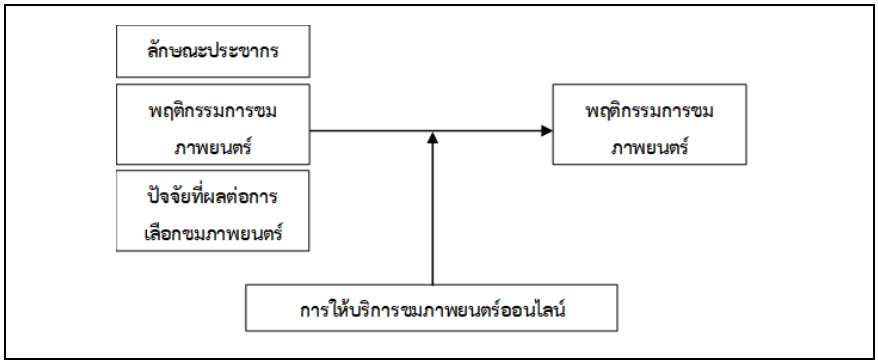
ทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในช่องทางอื่น ๆ พบว่าปัจจุบันการบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตยังไม่ส่งผลกระทบใด ๆ แต่ถือว่าเป็นช่องทางใหม่ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในการขยายตลาด และการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์

วศิน อุ่ยเต็งเค่ง (2559) ทำการวิจัยเรื่อง "การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย" ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการทำการตลาดยุคใหม่ ที่เน้นใช้ทฤษฎี แนวคิดจากออนไลน์ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมาประกอบกับเหตุผลเชิงพฤติกรรมการตอบรับของผู้บริโภค เพื่อให้เห็นถึงโอกาสของการเติบโตทางอุตสาหกรรม วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงปรับโครงสร้างของผู้ให้บริการด้านภาพยนตร์ รวมถึงแนวทางการเติบโตของธุรกิจ และการทำการตลาดที่ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งสัมพันธ์กันและกัน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ช่วยให้เห็นภาพรวมและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ และการเปลี่ยนการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นออนไลน์เป็นหลัก

ฐิติกร สุทธิสินทอง (2556) วิจัยเรื่อง "การใช้ยูทูปกับการสื่อสารตลาดของค่ายภาพยนตร์ GTH" จากการวิจัยพบว่า GTH ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบไวรัสเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทางคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูป และแบ่งปันคลิปไปยังเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ทำให้เกิดการแพร่กระจายของคลิปต่อ ๆ กันไปเป็นวงกว้าง เป็นไปตามลักษณะของกระบวนการแพร่ไวรัล (Viral Marketing) และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้รับชมคลิปวิดีโอมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับสูง และการรับชมคลิปวิดีโอก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือรับชมภาพยนตร์ของทางค่ายภาพยนตร์ GTH

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2560) ทาการวิจัย เรื่อง "120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทยในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทุนของธุรกิจภาพยนตร์ไทยนั้นมิได้มีแค่คนชั้นสูงและคนชั้นกลางดังเช่นงานวิจัยในอดีตอ้างถึง นอกจากนี้ยังพบว่าธุรกิจภาพยนตร์ไทยเป็นธุรกิจกึ่งผูกขาดซึ่งกิจการที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของกิจการสร้างภาพยนตร์ไทย ได้แก่ กิจการโรงภาพยนตร์ และกิจการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เช่น สายหนัง ข้อค้นพบสำคัญ ได้แก่ แม้ว่ารัฐจะพยายามส่งเสริมสนับสนุนให้ทุนผู้สร้างภาพยนตร์ไทยรายเล็ก รวมทั้งจัดทายุทธศาสตร์ส่งเสริมภาพยนตร์ไทยมาตั้งแต่ พ.ศ. 2552 แต่ภาพยนตร์ไทยก็มีแนวโน้มตกต่ำลงเรื่อย ๆ ข้อเสนอสำคัญที่รัฐควรจะดำเนินการรวมทั้งเปิดให้ศึกษาวิจัยเพิ่มเติม ได้แก่ การผลักดันโรงภาพยนตร์ที่มีลักษณะกึ่งการศึกษากึ่งธุรกิจ เช่น art house การจะทำอย่างไรให้กองทุนภาพยนตร์ไทยในอนาคต ไม่ใช่แหล่งเงินทุนของคนเฉพาะกลุ่มที่มีเส้นสาย การเปิดพื้นที่ให้ภาพยนตร์ไทยได้ยืนโรงฉายในเงื่อนไขที่เหมาะสม การส่งเสริมคนดูให้มีทัศนะกว้างไกล และเปิดใจยอมรับความหลากหลาย ซึ่งการสร้างสานึกใหม่เหล่านี้จำเป็นต้องสร้างระบบการศึกษาของไทยทั้งในระบบ และนอกระบบ รวมทั้งการบริหารจัดการจากรัฐอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.4 สมมติฐานการวิจัย

1) ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน

2) Digital Disruption ที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

3) การใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลจากการใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์

4.2 ประชากรและตัวอย่าง

1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ที่ใช้งานสังคมออนไลน์ จากสถิติปี พ.ศ. 2561 มีผู้ลงทะเบียนใช้งานเฟซบุ๊กที่ยังการใช้งานปกติ (still active) จำนวน 51 ล้านคน (สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-“กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital- report-2018/. 25 มกราคม 2562)

2) กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ที่มีบัญชีผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก โดยไม่จำกัดเพศ อายุ รายได้ หรือระดับการศึกษา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการคำนวณจากสูตรซึ่งมีการกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2533: 133) ผลจากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่าง n = 384.16 คน การวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ทั้งนี้เผื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งเท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 คน ในการเก็บข้อมูลจริงจะกำหนดให้เก็บข้อมูลมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมประมาณ 4% เพื่อใช้ในกรณีที่ข้อมูลที่สุ่มมาไม่สมบูรณ์ หรือไม่สามารถนามาวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนั้น

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลจึงเป็น 385 + 15 (4%) เท่ากับ 400 ชุด โดยอ้างอิงตามจานวนผู้ลงทะเบียนการใช้เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพฯ เท่านั้น

4.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดในแบบสอบถามตามหัวข้อต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ทั้งสองส่วนเป็นคำถามแบบปรนัยให้เลือกคาตอบมากกว่า 1 ข้อ (Multiple Choices) และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ คำถามเป็นแบบประเภทประเมินค่า (Rating Scale)

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยนำไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มมีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.883 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ดังนั้นจึงสามารถยอมรับแบบสอบถาม

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยกระจายแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะผู้มีบัญชีใช้งานเฟซบุ๊ก เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน 2561

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการลงรหัส และนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติต่อไปนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระดับรายได้ และระดับความพึงพอใจ ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

2) สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) โดยใช้ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way-ANOVA) และการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significance Difference) เพื่อใช้ทดสอบตัวแปร เพื่อทดสอบว่าคู่ใดมีค่าเฉลี่ยต่างกัน

5. ผลการวิจัย

1) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิง จำนวน 209 คน (ร้อยละ 52.30) ผู้ชาย 191 คน (ร้อยละ 47.70)

อายุ 15-20 ปีจำนวน 101 คน (ร้อยละ 25.20) อายุ 21-25 ปี จำนวน 131 คน (ร้อยละ 32.70) อายุ 26-30 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.90) อายุ 31-35 ปี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.50) อายุ 36-40 ปี จำนวน 79 คน (ร้อยละ 19.60) อายุ 41-45 ปี จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.70) อายุ 46-50 ปี จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.70) และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.70)

ระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 288 คน (ร้อยละ 72.00) การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน (ร้อยละ 22.40) ระดับการศึกษาปวช./ปวส. จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.70) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.90)

ด้านอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 205 คน (ร้อยละ 51.50) พนักงานบริษัท รับจ้าง จำนวน 77 คน (ร้อยละ 18.70) ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 12.10) รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานของรัฐ และผู้ที่ประกอบอาชีพส่วนตัว มีจำนวนเท่ากัน คือ 33 คน (ร้อยละ 8.40) และอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.90)

2) พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปชมภาพยนตร์เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์บ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. เลือกชมในวันจันทร์-วันศุกร์บ่อยที่สุด ส่วนใหญ่จะเลือกไปชมภาพยนตร์กับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างมักเลือกชมภาพยนตร์แอ็คชั่นบ่อยที่สุด อุปกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างมักใช้ในการชมภาพยนตร์ออนไลน์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ/คอมพิวเตอร์พกพา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ทดลองใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยจ่ายเงินเพื่อดาวน์โหลดภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อแพ็คเกจเพื่อชมภาพยนตร์ออนไลน์ และส่วนใหญ่ยังคงเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างยังเลือกเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มากกว่าชมภาพยนตร์ออนไลน์

จากแบบสอบถามพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเคยทดลองใช้บริการ Netflix มากที่สุด และเป็นสมาชิก Netflix มากที่สุดเช่นกัน กลุ่มตัวอย่างชมภาพยนตร์ออนไลน์เฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน เลือกชมภาพยนตร์แอ็คชั่นบ่อยที่สุด เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ เนื่องจากความสะดวกในการรับชม และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ เหตุผลสำคัญที่สุด คือ ยังคงชอบการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เช่นเดิม

3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในระดับสูง คือ ความน่าสนใจของภาพยนตร์ทั้งเนื้อหาและนักแสดง (เฉลี่ย 4.72) ความคมชัดของภาพยนตร์ (เฉลี่ย 4.53) บรรยากาศการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (เฉลี่ย 4.37) ระบบเสียงในโรงภาพยนตร์ (เฉลี่ย 4.30) การทำกิจกรรมนอกบ้านร่วมกับครอบครัว หรือคนรัก หรือเพื่อน (เฉลี่ย 4.05) ความสะดวกในการรับชม (เฉลี่ย 3.96) โปรโมชั่นและการประชาสัมพันธ์ (เฉลี่ย 3.75) ความเชื่อว่าภาพยนตร์ต้องชมในภาพยนตร์เท่านั้น (3.33)

4) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ออนไลน์ในระดับสูง คือ ความสะดวกในการรับชม (เฉลี่ย 4.63) ความน่าสนใจของภาพยนตร์ ทั้งเนื้อหาและนักแสดง (เฉลี่ย 4.49) ความคมชัดของภาพยนตร์ (เฉลี่ย 4.20) ความเชื่อว่าภาพยนตร์ชมที่ไหนก็ได้ที่ต้องการ (เฉลี่ย 4.12) โปรโมชั่นและความเหมาะสมของราคาแพ็คเกจ (เฉลี่ย 4.06) ระบบเสียง รวมถึงการเลือกภาษา ระดับความดัง (เฉลี่ย 4.01) บรรยากาศการชมภาพยนตร์พร้อมกันภายในบ้าน (เฉลี่ย 3.82) การทากิจกรรมร่วมกับครอบครัว หรือคนรัก หรือเพื่อน (เฉลี่ย 3.74)

5) ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 ลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ คือ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา ในขณะที่เพศและอายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 การใช้บริการการชมภาพยนตร์ออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์หรือไม่ จากผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และการชมภาพยนตร์ออนไลน์ พบว่า ปัจจัยทั้งสองนั้นไม่มีผลต่อกัน

5.3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์เปลี่ยนแปลงไปเป็นผลเนื่องจาก Digital Disruption จากผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และการชมภาพยนตร์ออนไลน์ พบว่า ไม่สามารถสรุปได้ เนื่องจากเมื่อนำค่าปัจจัยการรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์กับปัจจัยการรับภาพยนตร์ออนไลน์มาคำนวณ

ค่าความสัมพันธ์ด้วย Independent t-test พบว่า ปัจจัยทั้งสองไม่มีผลต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ค่าที่ 1.00 ซึ่งทำให้ปฏิเสธสมมติฐาน

6. อภิปรายผล

ลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ คือ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา ในขณะที่เพศและอายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐาน Digital Disruption ที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า จำนวนครั้งของการเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์อย่างมีนัยทางสถิติ รวมถึง การรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นหลัก สอดคล้องกับการศึกษาของวศิน อุ่นเต็งเค่ง[2] ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงการทำการตลาดยุคใหม่ที่เน้นใช้ออนไลน์ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมาประกอบกับเหตุผลเชิงพฤติกรรมการตอบรับของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างชมภาพยนตร์ผ่านคอมพิวเตอร์/คอมพิวเตอร์พกพามากที่สุด และมีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์อย่างมีนัยทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิด Digital Disruption อย่างชัดเจน ดังเช่นที่ Clayton Christensen ผู้เขียนหนังสือเรื่อง The Innovator's Dilemma อธิบายว่า Disruptive Innovation คือ นวัตกรรมได้สร้างตลาดใหม่และพลิกโฉมหน้าอุตสาหกรรมและสังคม โดยทำให้เกิดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ซึ่งไม่เพียงเป็นผลมาจากการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ยังรวมถึงการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ การที่ผู้บริโภคเปลี่ยนรูปแบบการชมภาพยนตร์จากการเดินทางไปชมที่ โรงภาพยนตร์เป็นการชมแบบออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นถึง Disruption อย่างชัดเจน

แต่เมื่อพิจารณาผลการวิจัยในหัวข้อการทดลองใช้บริการภาพยนตร์ออนไลน์และการจ่ายเงินเพื่อดาวน์โหลดภาพยนตร์กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ รวมถึงการซื้อแพ็คเกจชมภาพยนตร์ก็กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ อีกทั้งยังคงเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ก็ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยทดลองใช้บริการและเป็นสมาชิก Netflix มากที่สุด ซึ่งจากการทดลองและการเป็นสมาชิกชมภาพยนตร์ออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาร่วมกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ จะพบว่ามีความขัดแย้งกันอยู่ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อยู่เช่นเดิม[3]

ผลของการใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลเรื่องความสะดวกในการรับชม แต่กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ สำหรับเหตุผลที่ไม่ใช้บริการการชมภาพยนตร์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้น้ำหนักกับเรื่องการให้บริการภาพยนตร์เข้าใหม่ช้ากว่าโรงภาพยนตร์ ภาพยนตร์ที่เข้าใหม่ในแต่ละสัปดาห์ยังคงได้รับความนิยม และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงให้ความสนใจชมภาพยนตร์ที่เข้าใหม่มากกว่ารอบริการจากผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์

---

[2] วศิน อุ่ยเต็งเค่ง. 2558. *"การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย"*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

[3] อาวเวอร์กรีนฟิช. 2560. *"DIGITAL DISRUPTION คืออะไร เกี่ยวข้องอย่างไรกับการทำธุรกิจ."* สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2561, จาก https://ourgreenfish.com/th/digital-disruption-คืออะไร-business

การใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรม พบว่าเมื่อนำปัจจัยการรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และปัจจัยการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์มาพิจารณาร่วมกันกลับพบว่า ทั้งสองปัจจัยไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการศึกษาข้างต้น เนื่องจากการศึกษาในแต่ละข้อมีความขัดแย้งกันไปมาตลอดการศึกษา ดังนั้น ผู้ศึกษาไม่สามารถสรุปได้อย่างชัดเจนว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนไป เนื่องจาก Digital Disruption เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสำคัญกับการเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อยู่เช่นเดิม ความทันสมัยของภาพยนตร์เข้าใหม่ในแต่ละสัปดาห์ยังคงเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ แต่ในขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างก็ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชมภาพยนตร์ ซึ่งการชมภาพยนตร์ออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ได้อย่างตรงวัตถุประสงค์ สะท้อนให้เห็นว่า สอดคล้องกับจากการเสวนา “หนังไทยกับภาวะ Digital Disruption” ที่จัดโดยสมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2562 ผู้ร่วมเสวนาประกอบด้วยผู้กำกับภาพยนตร์ พิธีกรรายการเทคโนโลยีร่วมกันแสดงความคิดว่า การเข้ามาของผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์เป็นทางเลือกใหม่ของการชมภาพยนตร์ อีกทั้งยังเป็นช่องทางใหม่ของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยอีกด้วย จากทัศนะดังกล่าวทำให้เห็นว่า ช่องทางออนไลน์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการชมภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การเข้ามาของเทคโนโลยีการชมภาพยนตร์ออนไลน์เป็นเพียงทางเลือกที่ทำให้ชมภาพยนตร์ได้สะดวกมากขึ้น

แม้พฤติกรรมผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ ส่งผลให้เกิดการให้บริการรูปแบบใหม่ เกิดการ Disruption ขึ้นกับวงการภาพยนตร์ ผู้คนในวงการภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ ผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์สามารถทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ดีขึ้น เพื่อที่จะสามารถวางแผนการผลิต หรือวางแผนการจัดจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยอาศัยช่องทางออนไลน์ร่วมด้วย โดยในปัจจุบันจะเห็นภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) จากผลการวิจัยพบว่า มีแนวโน้มที่ประชาชนจะชมภาพยนตร์ออนไลน์มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ยังคงชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อยู่ ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์สามารถวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

(2) ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์สามารถปรับตัวให้ทันกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น พัฒนาระบบการฉาย การจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ เป็นต้น

(3) จากการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของการเลือกชมภาพยนตร์ด้วยวิธีการใดก็ตาม ยังคงเลือกชมภาพยนตร์ เพราะเนื้อเรื่อง และนักแสดงอยู่เช่นเดิม ดังนั้น สำหรับผู้สร้างภาพยนตร์จึงยังต้องให้ความสำคัญกับเนื้อเรื่องอยู่เช่นเดิม

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้นาการพัฒนาของเทคโนโลยีมาเป็นตัวแปรในการวิจัย เช่น เทคโนโลยีโทรทัศน์อัจฉริยะ (Smart TV) ซึ่งมีราคาถูกลง เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่การแสดงผลหน้าจอละเอียดขึ้น หน้าจอมีขนาดใหญ่ขึ้น เป็นต้น ซึ่งอาจนำมาเป็นส่วนร่วมพิจารณาพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ได้ว่าการพัฒนาของเทคโนโลยี

ประกอบกับผู้ให้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์มีการแข่งขันด้านราคา และเนื้อหาการนำเสนอ (Content) มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ออนไลน์ได้ในอนาคต

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านภาพยนตร์ รศ.ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ อาจารย์ประจำสาขานิเทศศาสตร์ รองศาสตราจารย์ระดับ 9 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ให้คำแนะนำข้อเสนอแนะเพิ่มเติมทำให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

9. เอกสารอ้างอิง

"4 พฤติกรรมการชมวิดีโอคอนเท้นต์ของผู้บริโภค." สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2561, จาก http://www.zociality.info/single-post/2016/07/29/4-4 พฤติกรรมการชมวิดีโอ คอนเท้นต์ ของผู้บริโภค

"คนไทยติดหนึบหนังออนไลน์ "ไอฟลิก" เผยตัวเลขดูวิดีโอสตรีมมิ่งพุ่ง-เฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง." สืบค้น เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561, จาก http://www.thansettakij.com/content/244692

"สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก "ไทย" เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-"กรุงเทพ" เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด." สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2562, จาก https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/ global-and-thailand-digital-report-2018

กาญจนา แก้วเทพ. 2549. *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา.* กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโพรดักส์.

ฐิตาภา จุลเสนีย์. (2553). *ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการดาวน์โหลดทาง อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิติกร สุทธิสินทอง. (2556). *การใช้ยูทูปกับการสื่อสารการตลาดของค่ายภาพยนตร์ GTH.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2533. *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วศิน อุ่ยเต็งเค่ง. (2558). *การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย. (2562). *งานเสวนาครั้งที่ 2 "หนังไทยกับภาวะ Digital Disruption"* เข้าถึงเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.facebook.com/184690011563707/videos/946027218935119

สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล. (2555). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบน เว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2560). *๑๒๐ ปี ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและ สังคมไทย.* กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

Christensen, Clayton M. (2000). *The innovator's dilemma : the revolutionary national bestseller that changed the way we do business.* New York : HarperBusiness.

การสร้างสรรค์ภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

CREATIVE ILLUSTRATIONS IN COMMERCIAL ART DESIGN

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นฤดล จิตสกูล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: narudon.ji@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การสื่อสารด้วยภาพเป็นทักษะพื้นฐานของมนุษย์ในการถ่ายทอดเรื่องราวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร การสร้างสรรค์ภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นการออกแบบสื่อเพื่อสร้างการรับรู้ทางสายตาไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เน้นสื่อสารด้วยภาพประกอบมากกว่าการใช้ตัวอักษรในการสื่อสาร ทำให้เกิดความโดดเด่น เกิดแรงดูดใจ ตลอดจนการตัดสินใจซื้อในสินค้าและบริการ ซึ่งถือเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ ในยุคปัจจุบันการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์นิยมใช้ในช่องทางสื่อสารผ่านสื่ออย่างแพร่หลาย โดยหากแบ่งตามลักษณะสื่อ ของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถแบ่งได้ 6 ลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1. การออกแบบเครื่องแต่งกาย 2. การออกแบบงานโฆษณา 3. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ 4. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 5. การออกแบบสัญลักษณ์สื่อสารความหมาย และ 6. การออกแบบนิทรรศการ แต่ถ้าจะแบ่งตามประเภทของวิธีการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1. ภาพถ่าย 2. ภาพวาดลายเส้น 3. ภาพวาดระบายสี 4. ภาพพิมพ์ 5. ภาพกราฟิกและภาพวาดดิจิทัล และ 6. ภาพประกอบสื่อผสม ซึ่งนอกเหนือจากนี้แล้ว ยังสามารถแบ่งตามรูปแบบเนื้อหาของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ได้อีก 3 รูปแบบ คือ 1. ภาพประกอบแบบเหมือนจริง 2. ภาพประกอบแบบดัดแปลงธรรมชาติ และ 3. ภาพประกอบแบบอิสระ

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์ ภาพประกอบ การสื่อสาร การออกแบบพาณิชยศิลป์

ABSTRACT

Visual communication is a fundamental human skill in conveying stories from message sender to message receiver. Creative illustrations in commercial art design is a media design to create visual perception to target customers. The communication which is focused on communicating with illustrations rather than using characters or letters. It creates remarkable strength, inspiration and buying decisions in products and services. The buying decision is the ultimate goal of creating illustration in commercial art design. At the present, the creation of illustration in design of commercial art which is widely used of media communication channels. If considered to classify by media type of creating illustrations in commercial art design. Therefore, It can be divided into six types as follows: 1. Apparel design 2. Advertising design 3. Print and online media design 4. Product and packaging design 5. Symbol design to reflect the meaning and 6. Exhibition design. But if it is classified by the method of creating illustration in commercial art design, it can be divided into six types: 1. Photo 2. Line drawing

3. Painting 4. Print 5. Graphic and digital drawing and 6. Mixed media illustration. Moreover, there are three additional formats for illustration creation in commercial art designs: 1. Realistic illustrations, 2. Modulation illustrations, and 3. free-form illustrations.

Keywords: Creativity Illustration Communication Commercial art design

1. บทนำ

การสื่อสารเป็นทักษะเบื้องต้นพื้นฐานของมนุษย์ ใช้สำหรับในการถ่ายทอดข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยในยุคปัจจุบัน สื่อใหม่ ถือเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารในยุคดิจิทัลค่อนข้างมาก ด้วยเป็นยุคของเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร สะดวก และรวดเร็วด้วยเช่นกัน ซึ่งการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนแนวความคิด ข้อมูล ข้อความ ข้อเท็จจริง ที่อาจจะสื่อสารในรูปแบบของคำ ประโยค ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ ซึ่งเรียกว่า สาร โดยมีฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ส่งไปยังอีกฝ่ายที่เรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ของการสื่อสาร (นิรันดร์ หวังจินดานุภัทร, 2561)

การสื่อสาร เป็นศาสตร์พื้นฐานของมนุษย์ที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญมากในการดำเนินชีวิต ทั้งในด้านของการการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ทำให้เกิดความเข้าใจกันและกันระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารจะมีหน้าที่คิดสาระหรือข้อมูลตั้งต้น และส่งต่อไปยังผู้รับสาร โดยผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร ตามที่ กรวิทย์ ชาติเจริญ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า 4 องค์ประกอบพื้นฐานในการสื่อสาร มี ดังนี้ 1. ผู้ส่งสาร (Sender) 2. สาร (Message) 3. สื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร (Media / Channel) และ 4. ผู้รับสาร (Receiver) นอกเหนือจากองค์ประกอบพื้นฐาน 4 องค์ประกอบที่ได้กล่าวมาในข้างต้นแล้ว ในการสื่อสาร ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ เข้ามามีบทบาทให้การสื่อสารสำเร็จมากน้อยเพียงใด ก็ต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอีก 2 องค์ประกอบ คือ สิ่งรบกวน (Noise) และ ผลตอบกลับ (Feedback) ด้วย (สุนทรี มีวิริยะสกุล, 2561)

รูปแบบของการสื่อสารของมนุษย์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้

1. การสื่อสารในรูปแบบวัจนภาษา (Verbal language) หมายถึง ภาษาที่เกิดจากภาษาพูดและภาษาเขียนของมนุษย์ ที่แสดงออกมาในลักษณะถ้อยคำ เสียงพูด ตัวอักษรที่ถูกประดิษฐ์คิดค้นขึ้น ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบของกลุ่มคน เชื้อชาติ และสังคม มีการสร้างข้อตกลงร่วมกันว่า สิ่งที่กำหนดขึ้นเป็นภาษาใช้แทนมโนภาพของสิ่งของต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็นภาษาพูด ที่จะต้องมีการเปล่งเสียง และอาศัยถ้อยคำในการใช้สื่อสาร กับลักษณะภาษาเขียน ที่จะต้องมีการใช้ตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อแทนสัญลักษณ์ของเสียงอย่างมีกฎเกณฑ์ทางภาษาหรือไวยกรณ์ที่ชัดเจน และเป็นระเบียบแบบแผนที่คนในสังคมนั้นหรือเชื้อชาตินั้น เกิดการเรียนรู้และเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียน (สมพงษ์ ดำรงเดช, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับที่ นวพรรษ สัตย์จิตร (2561) ได้กล่าวว่า วัจนภาษา เป็นภาษาที่เกิดขึ้นในระบบภาษาของมนุษย์ มีการวางระเบียบแบบแผนร่วมกัน มีข้อกำหนดร่วมกัน ในการใช้เพื่อการสื่อสารอย่างชัดเจน โดยภาษาพูด เป็นภาษาที่มีเรื่องการใช้เสียงมาเกี่ยวข้อง ส่วนภาษาเขียน คือ การกำหนดตัวอักษรเชิงสัญลักษณ์ใช้แทนความหมายในการสื่อสาร ถ่ายทอดออกมาในลักษณะคำ ข้อความ และรูปแบบประโยค

2. การสื่อสารในรูปแบบอวัจนภาษา (Non-verbal language) หมายถึง การสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาที่เป็นถ้อยคำ รวมถึงไม่ใช้ตัวอักษรที่เป็นภาษาของมนุษย์ในการสื่อสาร จะเป็นการสื่อสารด้วยสิ่งอื่น ๆ อันได้แก่ อากัปกิริยา ท่าทาง น้ำเสียง สายตา สัญญาณ สัญลักษณ์ วัตถุแทนคำพูด สภาพแวดล้อม หรือการแสดงออกทางด้านอื่นที่สามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารให้รับรู้ได้ สามารถที่จะแปลความหมายได้ และทำความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับ วิกานดา พลประสิทธิ์ (2560) ที่ได้กล่าวว่า การสื่อสารเชิงอวัจนะ คือ การใช้ท่าทางที่เรียกว่า ภาษากาย (Body language) ในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาให้เห็น เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับสาร ส่วนการใช้วัตถุและสัญลักษณ์ต่าง ๆ จะเรียกว่า ภาษาวัตถุ (Objects) เป็นอวัจนภาษาที่มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกใช้วัตถุ วัสดุอุปกรณ์เพื่อนำมาใช้สื่อถึงความหมายบางประการ ยกตัวอย่าง เช่น สร้อยคอทองคำ แสดงถึง ความร่ำรวย ความมั่งคั่ง มีฐานะ การใส่เสื้อผ้าสีดำ แสดงความหมายถึง การไว้อาลัย ความรู้สึกเสียใจ การสูญเสีย เป็นต้น โดยที่ภาษาวัตถุ จะต้องเป็นสิ่งที่มีความหมายเป็นสากล เกิดการรับรู้ร่วมกัน และสื่อสารได้เข้าใจตรงกัน ส่วนภาษาธรรมเนียมและมารยาท คือ สิ่งที่กลุ่มคน สังคม หรือชนชาติ ยึดถือปฏิบัติและตกลงในการดำเนินชีวิตร่วมกัน ถือเป็นสิ่งดีงาม ที่ควรแก่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสงบสุขและความดีงามในชุมชนหรือสังคม ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่น เป็นต้น ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า อวัจนภาษา สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย คือ 1) ภาษากาย 2) ภาษาวัตถุ และ 3) ภาษาธรรมเนียมและมารยาท

2. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อรวบรวมลักษณะสื่อของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

(2) เพื่อนำเสนอประเภทของวิธีการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

(3) เพื่อนำเสนอรูปแบบเนื้อหาของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

3. การสื่อสารด้วยภาพ

3.1 แนวคิดการสื่อสารด้วยภาพ

การสื่อสารด้วยภาพ (Visual communication) เป็นการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา โดยจะอาศัยภาพหรือสัญลักษณ์เป็นตัวนำสารอันเกิดจากผู้ส่งสาร ส่งไปยังผู้รับสารให้มีความเข้าใจที่ตรงตามวัตถุประสงค์ ทำให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และสามารถแปลควาหมายของสารได้ ผ่านประสาทสัมผัสทางจักษุสัมผัส หรือที่เรียกว่า การมองเห็น ซึ่งธรรมชาติของมนุษย์ ใช้การรับรู้ผ่านการมองเห็นกว่า 75 เปอร์เซ็นต์ ของประสาทสัมผัสทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับที่ สุจินตนา เด่นคล้อย (2560) ได้กล่าวถึง การรับรู้ทางสายตา จะช่วยทำให้มนุษย์เกิดความเข้าใจในการรับสารมากกว่าประสาทสัมผัสอื่น ๆ กว่า 75 – 80 เปอร์เซ็นต์ ของประสาทสัมผัสทั้งหมดในร่างกายของมนุษย์ โดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารด้วยภาพ จะสามารถช่วยในการถ่ายทอดความหมายของสารหรือเนื้อหาสาระให้เป็นไปอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และน่าจดจำกว่าการใช้ภาษาพูดหรือการอ่านจากตัวหนังสือ โดยขวัญชัย ทองสุริยะ (2562) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยภาพไว้ว่า เป็นการสื่อสารในระบบของสัญญาณ ซึ่งภาพในแต่ละภาพที่สื่อสารไปยังผู้รับสารนั้น จะให้ความหมายที่แสดงออกถึงสัญลักษณ์ 3 ประเภท ดังนี้ คือ ความหมายเชิงภาพสัญลักษณ์ ความหมายแฝงภาษา และความหมายเชิงจิตวิทยาการสื่อสาร

แนวคิดการสื่อความหมายด้วยภาพ (Visual Communication) จากงานวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายด้วยภาพของภาพถ่ายรางวัล โครงการประกวดภาพถ่ายนานาชาติเนื่องในงานวันนริศ” ไตรสิทธิ์ ศิริธนู และคณะ

(2561) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นกระบวนการสื่อสาร ที่มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อหรือช่องทาง (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผ่านการสื่อความหมายภาพผ่านเครื่องหมาย 3 หมวดไปยังผู้ชม คือ 1) เมนูรูปภาพ (Iconic) 2) สัญลักษณ์ (Symbolic) และ สัญญวิทยา (Semiology) ในภาพถ่าย ทำให้เกิดความเข้าใจที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามความรู้พื้นฐานของผู้ชมแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน และนอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งที่มาของการสื่อความหมายในระบบของภาพถ่าย โดยความหมายที่เกิดขึ้นเกิดจากระบบสัญญะที่สามารถจำแนกความหมายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของรูปร่างรูปทรงวัตถุในภาพ 2) ความหมายแฝงของภาษาทางเทคนิคในการถ่ายภาพ และ 3) ความหมายแฝงทางจิตวิทยาขององค์ประกอบด้านทัศนธาตุ

การสื่อสารด้วยการมองเห็นภาพ เป็นการสื่อสารที่มุ่งที่จะให้เกิดความคิดและความเข้าใจไปยังผู้รับสารด้วยประสาทสัมผัสทางสายตา โดยอาศัยสื่อที่มีลักษณะที่เป็นภาพ (Image), เครื่องหมาย (signs), ตัวพิมพ์ (Typography), ภาพวาด (Drawing), ออกแบบกราฟิก (Graphic Design), ภาพประกอบ (Illustration), สี (Color) และทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Resources) เป็นต้น สื่อสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้รับสารจะต้องมีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ การสื่อสารถึงจะประสบความสำเร็จ เพราะถ้าหาผู้รับสารขาดความรู้ หรือไม่มีประสบการณ์มากพอ การสื่อสารด้วยภาพนั้นอาจเกิดความล้มเลวในการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้

3.2 การรับรู้ด้วยภาพ

การรับรู้ (Perception) เป็นการนำข้อมูลดิบ (Raw Data) ที่ได้รับจากระบบประสาทสัมผัสพื้นฐานทั้ง 5 ของมนุษย์ (Sensation) อันได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส มาจำแนกแยกแยะ ตลอดจนมีการคัดเลือกโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์สารด้วยระบบการทำงานของสมอง แล้วแปลความหมายเพื่อส่งต่อไปสู่การเรียนรู้ต่อไป (กรวิทย์ รุ่งเรืองพัฒน์, 2560) ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ จิตลัดดา ส่องแสง (2561) ได้กล่าวไว้ว่า ประสาทสัมผัสของมนุษย์ ประกอบไปด้วย 5 ประสาทสัมผัส คือ การมองเห็นด้วยตา การได้ยินเสียงด้วยหู การได้กลิ่นผ่านจมูก การลิ้มรสด้วยลิ้น และการรู้สึกผ่านการจับต้องหรือกายสัมผัส ซึ่งการรับรู้ที่มนุษย์รับรู้ได้มากที่สุด คือ การรับรู้ด้วยภาพ หรือการมองเห็นด้วยตา ลักษณะของการรับรู้ด้วยภาพ จะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ จะต้องมีลักษณะสำคัญ 6 ประการดังต่อไปนี้ (สุรัตนชัย ไพศาลทรัพย์, 2561)

1. ผู้รับสารจะต้องมีข้อมูลพื้นฐาน หรือต้องมีความรู้เบื้องต้น (Knowledge Based) มาบ้างกับสิ่งที่ได้มองเห็น หรือถ้าไม่มีความรู้ อย่างน้อย ผู้รับสารก็ต้องมีประสบการณ์เดิมในเรื่องนั้นอยู่บ้าง

2. จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยง (Relational) ของข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย จะต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเกี่ยวโยงกันได้

3. จะต้องมีความสามารถในการตั้งสมมติฐานหรือการนำข้อมูลที่เกิดจากกระบวนการรับรู้ด้วยภาพจากหลายแหล่งข้อมูล มาประกอบด้วยข้อวินิจฉัย (Inferential) เพื่อให้การรับรู้ด้วยภาพนั้น เกิดความสมบูรณ์ในข้อมูลมากที่สุด

4. จะต้องมีความสามารถในการบวนการแยกแยะ (Categorical) ลักษณะหรือคุณสมบัติสำคัญของข้อมูลอย่างถูกต้อง โดยอาศัยการมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ซ้ำมาแล้วก่อนหน้านี้ รวมถึงการนำประสบการณ์เดิมกลับมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการรับรู้ด้วยภาพมากยิ่งขึ้น

5. การบวนการรับรู้ด้วยภาพ จะต้องอาศัยการดัดแปลง (Adaptive) ข้อมูลจากประสบการณ์เดิมที่เคยเกิดขึ้นมาใช้ประกอบร่วมกันกับสิ่งที่กำลังรับรู้ ณ เวลานั้น

6. การบวนการของการรับรู้ด้วยภาพ จะเป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งเกิดจากการทำงานของสมองในการรับรู้ผ่านประสามสัมผัสด้วยตา โดยรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ร่วมจากการรับรู้จากประสาทสัมผัสอื่น ๆ เพื่อให้กับรับรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

4. การสร้างภาพประกอบ

ภาพประกอบ (Illustration) โดยความหมาย แปลว่า ภาพที่ถูกวาดหรือออกแบบขึ้นโดยใช้องค์ประกอบทางศิลปะและหลักการของการออกแบบ ทำหน้าที่เป็นสื่อในการสื่อสารไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ผ่านสายตา ทำให้เกิดการตีความหรือความหมายของสารที่อยู่ในภาพได้ เป็นภาพที่สร้างขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตลอดจนถ่ายทอดเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นได้รับรู้ได้ โดยการสร้างภาพประกอบจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างชัดเจน เพื่อทำให้การสื่อสารด้วยภาพประกอบเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับที่ ณรงค์ชัย ภาคภูมิ (2561) ที่ได้นิยามความหมายของคำว่า ภาพประกอบ ไว้ว่า ภาพประกอบ เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่มีการถอดรหัสเป็นสัญลักษณ์ภาพจากข้อความที่เป็นสาระความรู้ที่ต้องการสื่อสาร โดยผ่านกระบวนการทางศิลปะ ทำให้เกิดเป็นภาพที่สื่อสารความหมายได้ เช่น ภาพถ่าย ภาพวาดลายเส้นดินสอ และภาพคอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นต้น

การสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารแบรนด์ สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจและบริการ ปัจจุบันการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์นิยมใช้การสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ เช่น สื่อโฆษณาออนไลน์ ดิจิทัลโปสเตอร์ ภาพวิดีโอ และภาพการ์ตูนอนิเมชั่น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ ธนกร นุ่นสงค์ (2562) ที่ได้กล่าวถึงการออกแบบพาณิชยศิลป์ (Commercial art design) ว่า เป็นงานศิลปะประเภทหนึ่ง ที่มีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบเพื่อการสนับสนุนทางด้านการค้าและบริการ เป็นการสร้างภาพประกอบเพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางธุรกิจ ให้มีความสนใจใจสินค้าและบริการ โดยการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์นิยมออกแบบออกมาในรูปแบบของเครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ งานออกแบบโฆษณา งานออกแบบฉลากสินค้า เพื่อใช้สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้สามารถรับรู้ได้ถึงการสื่อสารของเจ้าของธุรกิจ ผสานกับกลยุทธ์ทางการตลาด ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ สวยงาม ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคอุปโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ

4.1 ลักษณะสื่อของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

ลักษณะของสื่อในการออกแบบพาณิชยศิลป์ เป็นการออกแบบเพื่อมุ่งเน้นไปในทางด้านการค้า เป็นการออกแบบภาพประกอบเพื่อส่งเสริมให้การค้าขายหรือธุรกิจและบริการบรรลุเป้าหมาย เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค ซึ่ง อนุพงษ์ หวังวิริยะ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของการออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถแบ่งได้ตามลักษณะสื่อได้ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบเครื่องแต่งกาย (Apparel design) เป็นการออกแบบภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งทอเพื่อนำมาใช้ในการนุ่มห่มปกคลุมร่างกาย เพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสม และเกิดความคุ้มค่าในการนำไปใช้งานไปอย่างยาวนาน นักออกแบบจะต้องมีการคำนึงถึงความสวยงามเหมาะสม สมัยนิยม ตลอดจนบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ ทั้งนี้นักออกแบบจะต้องมีการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ถึงลักษณะทางกายภาพและจิตภาพ ว่าลูกค้ามีความชอบในเรื่องใด ลักษณะนิสัยเป็นแบบใด รูปร่างมีลักษณะอย่างไร เพื่อนำหลักการไปใช้ในการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้สวมใส่ ช่วยอำพรางส่วนที่บกพร่องทางร่างกาย และช่วยเสริมจุดเด่นให้ลูกค้ามีบุคลิกภาพที่ดียิ่งขึ้น

การออกแบบเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย อาจจะมีความหมายรวมไปถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ให้เครื่องแต่งกายนอกเหนือจากเสื้อ กางเกง กระโปรง มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เช่น การออกแบบรองเท้า ถุงเท้า ถุงมือ เครื่องประดับต่าง ๆ ที่ใส่เสริมเครื่องแต่งกายหลัก เป็นต้น ซึ่งการออกแบบเครื่องแต่งกาย เป็นงานออกแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว นักออกแบบจะต้องออกแบบให้ทันสมัย ตามความนิยมของสังคมเสมอ และจะต้องเป็นคนที่ช่างสังเกต ศึกษาเทรนด์ต่าง ๆ ทั้งในปัจจุบัน และการคาดการณ์ในอนาคตอย่างสม่ำเสมอ

2. การออกแบบงานโฆษณา (Advertising Design) เป็นงานออกแบบที่เน้นในเรื่องของการใช้ความคิดสร้างสรรค์มาใช้สร้างภาพประกอบเพื่อการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ การออกแบบโฆษณาทางโทรทัศน์ โฆษณาหนังสือพิมพ์ โฆษณาบนสื่อออนไลน์ เป็นต้น การออกแบบโฆษณา เป็นการออกแบบเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้พบเห็น มีลักษณะที่โดดเด่นสะดุดตา ทั้งการสื่อสารด้วยภาพประกอบและตัวอักษรให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และสร้างการจดจำได้รวดเร็ว โดยฟ้าลดา พิพัฒน์รัตนสกุล (2560) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบงานโฆษณาที่ดี จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ที่ทำให้เกิดผล 4 ประการสำคัญ ดังนี้

2.1 การดึงให้เกิดความตั้งใจ การออกแบบงานโฆษณาที่ดีต้องสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ เช่น การออกแบบภาพประกอบที่มีความทันสมัย ใช้สไตล์ภาพที่เหมาะสมและกำลังเป็นที่นิยม เช่น ภาพสไตล์มินิมอล ภาพสไตล์โมเดิร์น และสไตล์วินเทจ เป็นต้น อีกทั้งยังต้องความเหมาะสมในการเล่าเรื่องผ่านรูปแบบช่องทางสื่อต่าง ๆ ด้วย

2.2 การทำให้เกิดความสนใจติดตาม การโฆษณาต้องเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความสนใจติดตาม

2.3 การกระตุ้นให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ การสร้างภาพประกอบที่เสนอจุดขายที่ชัดเจนของงานโฆษณา แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการในสินค้าและบริการนั้น

2.4 การกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ การออกแบบโฆษณาจะต้องเชิญชวนให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมตอบสนอง โดยซื้อสินค้าหรือบริการ

3. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ (Print and online media design) เป็นการออกแบบภาพประกอบในสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์ แต่ในยุคปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์หลายรูปแบบมีการปรับเป็นรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ด้วยการตอบสนองกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล ที่นิยมรับข่าวสารผ่านระบบออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย ตลอดจนสามารถเลือกเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ตนองสนใจได้ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์จึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ งานออกแบบตัวอักษร การออกแบบภาพประกอบ งานออกแบบโปสเตอร์ งานออกแบบบัตรประเภทต่าง ๆ งานออกแบบเพจเฟซบุ๊ก และออกแบบเว็บไซต์ เป็นต้น

4. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Product & Packaging design) การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการทางความคิดและการวางแผนเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์หรือเพื่อใช้แก้ปัญหาบางประการในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้ตอบโจทย์และอำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภคให้เหมาะสมและดียิ่งขึ้น ส่วนประกอบในการออกแบบภาพประกอบในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การออกแบบตราสินค้า การออกแบบฉลากสินค้า และการออกแบบสื่อโฆษณาสินค้า เป็นต้น ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การวางแผนและ

การสร้างสรรค์ผลงาน สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ให้เห็นถึงหน้าที่การทำงานเพื่อใช้ในการห่อหุ้ม บรรจุ หรือปกป้องสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยจะมีประโยชน์ทางด้านความสวยงาม ความคงทน ตลอดจนทำให้ไม่เกิดความเสี่ยงหรือเป็นอันตราย ชำรุด แตกหักเสียหาย

5. การออกแบบสัญลักษณ์สื่อสารความหมาย (Symbol design to reflect the meaning) เป็นการออกแบบภาพประกอบที่เน้นเรื่องการสื่อสารความหมาย เป็นรูปแบบต่าง ๆ ให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายโดยไม่ต้องมีข้อความบรรยายประกอบ ได้แก่ เครื่องหมายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เครื่องหมายจราจร พิกโตแกรม (Pictogram) ตลอดจนเครื่องหมายต่าง ๆ ที่อาจปรากฏในธุรกิจและบริการ เป็นต้น

6. การออกแบบนิทรรศการ (Exhibition design) เป็นการออกแบบเกี่ยวกับพื้นที่ในการจัดแสดงผลงานเพื่อการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ มีทั้งที่เป็นรูปแบบนิทรรศการ งานแสดงสินค้า การออกบูธ และการออกแบบตกแต่งหน้าร้าน เป็นต้น การออกแบบนิทรรศการจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งการออกแบบที่ดี จะช่วยส่งเสริมให้สินค้ามีความน่าสนใจ และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

4.2 ประเภทของภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

ในการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ นักออกแบบสามารถใช้ภาพประกอบได้หลากหลายรูปแบบ แต่หากมีการเลือกประเภทและรูปแบบที่เหมาะสมกับเนื้อหาของงาน ก็จะยิ่งทำให้การสื่อสารด้วยภาพประกอบมีความสมบูรณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังที่ สมพร โชคอนันต์ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่ดี จะต้องมีการศึกษารายละเอียดของงานให้รอบคอบ มีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสินค้าหรือบริการให้ครบถ้วน เพื่อจะได้เลือกประเภทและรูปแบบของภาพประกอบมาใช้ในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ได้อย่างเหมาะสม โดยประเภทของภาพประกอบในการออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ภาพถ่าย (Photo) เป็นภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ ที่อาศัยกระบวนการขั้นตอนและกรรมวิธีทางการถ่ายภาพ เป็นภาพประกอบที่มีลักษณะเด่นหลายประการ ทั้งในแง่ของความสมจริง และความละเอียดของผลงาน สามารถสื่อสารอารมณ์และความรู้สึกได้สมจริงมากที่สุด หากเปรียบเทียบกับภาพประกอบประเภทอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่นิยมใช้งานออกแบบภาพประกอบงานออกแบบพาณิชยศิลป์ เพราะสามารถทำได้สะดวก และรวดเร็ว ให้ความรู้สึกสมจริงในสินค้าหรือบริการที่นำมาใช้เป็นต้นแบบในการสร้างภาพประกอบ และด้วยในยุคสมัยที่มีการพัฒนาของเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ปัจจุบันการถ่ายภาพก็นิยมใช้กล้องในรูปแบบดิจิทัลอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถผลิตผลงานได้อย่างรวดเร็ว ปรับตกแต่งเพิ่มเติมในระบบคอมพิวเตอร์ได้ง่าย และสามารถนำไปใช้งานได้ทันทีในไม่กี่นาที อีกทั้งยังสามารถผลิตงานในจำนวนมากในระยะเวลาที่รวดเร็ว

2. ภาพวาดลายเส้น (Line drawing) เป็นภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่ต้องอาศัยทักษะทางด้านศิลปะค่อนข้างสูง เพราะนักออกแบบหรือศิลปิน จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับทัศนธาตุในการออกแบบ อันได้แก่ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิวสัมผัส และพื้นที่ว่าง เป็นต้น รวมถึงความรู้เกี่ยวกับหลักในการออกแบบ ได้แก่ เอกภาพ ดุลยภาพ ขนาด สัดส่วน และการสร้างจุดเด่น เป็นต้น เพื่อนำทั้งทัศนธาตุและหลักในการออกแบบมาใช้สร้างภาพประกอบให้มีความสวยงามเหมาะสม ภาพวาดลายเส้น เป็นวิธีสร้างภาพประกอบพื้นฐานเริ่มต้นที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ตามหลักฐานที่ปรากฏบนฝาผนังถ้ำ สอดคล้องกับที่ ดลรวี สิริกาญจน์ (2561) ได้กล่าวว่า ภาพวาดลายเส้น เป็นศิลปะการออกแบบภาพประกอบพื้นฐานที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยก่อน

ประวัติศาสตร์ ยุคที่มนุษย์ยังไม่ได้มีการคิดค้นตัวอักษร ก็จะนิยมสื่อสารเป็นภาพขีดเขียนตามฝาผนังถ้ำเพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราว โดยอาศัยเครื่องมือง่าย ๆ ที่สามารถทำให้เกิดลายเส้นได้

การสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ประเภทภาพวาดลายเส้น สามารถแบ่งประเภทของภาพวาดลายเส้นได้ 3 ประเภท คือ 1) ภาพหุ่นนิ่ง (Still-life drawing) เช่น วาดวัตถุในธรรมชาติ สิ่งของเครื่องใช้ ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2) ภาพลายเส้นคน (Human drawing) 3) การวาดเส้นภาพทิวทัศน์ (Landscape) เช่น การวาดภาพสถานที่ต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมรอบตัว ภูเขา น้ำตก อาคาร และบ้านเรือน เป็นต้น

3. ภาพวาดระบายสี (Painting) เป็นการสร้างภาพประกอบที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าภาพวาดลายเส้น นักออกแบบจะต้องมีทักษะและความรู้เรื่องสี เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นการวาดรายละเอียดเพื่อให้เกิดความสวยงามด้วยสี อาศัยการใช้พู่กัน หรือวัสดุชนิดอื่นมาระบายให้เกิดเป็นภาพ การระบายสีจะต้องอาศัยทักษะในเรื่องการควบคุมสีและเครื่องมือที่มากกว่าการวาดผลงานภาพประกอบจะมีความสมบูรณ์ และสวยงามกว่างานวาดภาพลายเส้น แต่อาจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของภาพประกอบด้วยว่ามีความเหมาะสมกับภาพประกอบประเภทภาพวาดระบายสีมากน้อยเพียงใด งานจึงจะสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบพาณิชยศิลป์ โดยสีที่นิยมนำมาใช้ในการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ ได้แก่ สีน้ำ สีไม้ และสีอคริลิค เป็นต้น ซึ่งจะให้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกันออกไปตามธรรมชาติของสีแต่ละชนิด ภาพวาดระบายสีที่เป็นที่นิยม ในงานออกแบบพาณิชยศิลป์มักจะนิยมวาดภาพประเภท ภาพหุ่นนิ่ง ภาพคน และวิวทิวทัศน์ เช่นเดียวกันกับการวาดภาพลายเส้น

4. ภาพพิมพ์ (Print) เป็นภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่ต้องอาศัยกระบวนการและเครื่องมือที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน มีความละเอียดอ่อนและขั้นตอนในการทำงานมากพอสมควร เป็นการสร้างภาพประกอบที่จะต้องมีการผลิตแม่พิมพ์เกิดขึ้นมาก่อนการสร้างผลงานภาพประกอบจริง การผลิตภาพพิมพ์สามารถใช้เทคนิคได้หลากหลาย เช่น ภาพพิมพ์ไม้ ภาพพิมพ์โลหะ และภาพพิมพ์จากวัสดุต่าง ๆ เป็นต้น การสร้างภาพประกอบประเภทนี้ ต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมเฉพาะกลุ่มของนักออกแบบบางกลุ่มเท่านั้น

5. ภาพกราฟิก และภาพวาดดิจิทัล (Graphic and digital drawing) เป็นภาพประกอบที่อาศัยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ในการใช้ผลิตภาพ อาศัยทักษะในเรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ นักออกแบบกราฟิกส่วนใหญ่จะมีทักษะการวาดภาพประกอบประเภทอื่น ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้นนี้แล้วเป็นอย่างดี เพียงแต่เปลี่ยนเครื่องมือมาใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างผลงาน ข้อดีของการสร้างภาพประกอบประเภทนี้ คือ สามารถทำผลงานได้อย่างรวดเร็ว มีโปรแกรมที่เอื้ออำนวยในการวาดและลงสีให้เลือกหลากหลาย สามารถทำซ้ำในปริมาณมากได้อย่างรวดเร็ว ไม่สิ้นเปลืองวัสดุที่เป็นกระดาษและสี สามารถปรับแก้ไขผลงานได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำไปใช้งานจริงได้หลากหลายช่องทาง และที่สำคัญสามารถนำไปพัฒนาผลิตเป็นภาพประกอบบนสื่อทั่วไป และสื่อออนไลน์ได้อย่างทันสมัย สะดวกสบาย จึงได้รับความนิยมจากนักสร้างภาพประกอบในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก

6. ภาพประกอบสื่อผสม (Mixed media illustration) เป็นภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่มีการนำความหลากหลายของภาพประกอบทุกประเภท มาผสมรวมกัน อาศัยเทคนิคและวิธีการในการสร้างประกอบหลายๆ ด้านมาผสมรวมกันจนเกิดเป็นผลงาน จึงเป็นที่มาของชื่อคือ ภาพประกอบสื่อผสม นักออกแบบนิยมสร้างภาพประกอบประเภทนี้ให้มีลักษณะเป็นงาน 3 มิติ ส่งผลให้ผลงานมีความน่าสนใจ โดดเด่น สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ในกระบวนการขั้นตอนผลิตผลงาน จะต้องมีการนำประเภทของ

ภาพประกอบตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปมาผสมรวมกันในผลงานชิ้นเดียวกัน ทางด้านงานออกแบบพาณิชยศิลป์นิยมนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนวัสดุต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องมาใช้ในการสร้างภาพประกอบ ซึ่งนักออกแบบภาพประกอบประเภทนี้ ต้องมีทักษะเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบผลงานให้มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร สร้างความตื่นตาตื่นใจ ตลอดจนสร้างจิตนาการในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

4.3 รูปแบบของภาพประกอบ

การสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ นักออกแบบสามารถเลือกใช้รูปแบบของภาพให้เหมาะสม ตามรูปแบบของเนื้อหาที่ต้องการเล่าเรื่อง โดยรูปแบบในการสร้างภาพประกอบ สามารถแบ่งเป็นหมวดใหญ่ได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ภาพประกอบแบบเหมือนจริง (Realistic illustrations) เป็นรูปแบบของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่ต้องการความเสมือนจริง มีความเป็นธรรมชาติ ต้องอาศัยความถูกต้องของภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ให้อารมณ์ความรู้สึกเพื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน ธรรมชาติโดยทั่วไปของลูกค้ามีความคาดหวังที่จะเห็นหรือได้สัมผัสสินค้าที่เหมือนจริง ก่อนตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้สินค้า ส่วนใหญ่แล้วรูปแบบภาพประกอบแบบเหมือนจริงจะนิยมใช้ภาพประเภทภาพถ่าย โดยไปใช้ประกอบในงานสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

2. ภาพประกอบแบบดัดแปลงธรรมชาติ (Modulation illustrations) เป็นภาพประกอบที่ออกแบบขึ้นเพื่อใช้บอกเล่าเรื่องราวเนื้อหาต่าง ๆ ของงานออกแบบพาณิชยศิลป์ที่ไม่มีอยู่จริงในธรรมชาติ แต่เป็นการสร้างสรรค์ขึ้นเพิ่มเติมจากจินตนาการ แสดงผ่านผลงานออกมาโดยการอ้างอิงแรงบันดาลใจที่มีในธรรมชาติหรือไม่มีก็ได้ มักถ่ายทอดออกมาเป็นภาพการ์ตูน ภาพล้อเลียน และภาพเลียนแบบธรรมชาติ เป็นต้น มีความน่ารัก มีกการปรับให้มีความทันสมัยเหมาะกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน ได้รับความนิยมในกลุ่มคนอย่างแพร่หลาย เพราะเอกษณ์เฉพาะของงานจะมีความสวย น่ารัก ซึ่งตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สื่อและสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน อีกทั้งภาพประกอบรูปแบบนี้ ยังนิยมนำไปปรับใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อย่างแพร่หลายมากมาย สร้างมูลค่าให้กับแบรนด์สินค้าและบริการมหาศาล ยกตัวอย่างเช่น สติกเกอร์ไลน์ (Sticker line), ภาพการ์ตูนดิสนีย์ (Disney) และภาพกราฟิกในงานสื่อและสื่อออนไลน์ เป็นต้น

3. ภาพประกอบแบบอิสระ (Free-form illustrations) เป็นภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์รูปแบบที่ไม่มีกำหนดรูปแบบตายตัว เป็นรูปแบบที่ไม่แสดงเรื่องราวเนื้อหาออกมาเป็นรูปธรรม นิยมใช้เล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึก เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับนามธรรม (Abstract) แสดงออกมาในรูปแบบของลวดลายสื่อสารอารมณ์ความรู้สึก อาจเป็นภาพที่ไม่มีความชัดเจน ต้องอาศัยประสบการณ์และความรู้สึกของผู้รับสารเป็นผู้ตัดสิน วิเคราะห์ ตีความหมายได้หลากหลาย เน้นสร้างความสวยงามของสีสันของภาพประกอบมากกว่าการบอกเล่าเนื้อหาในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

5. สรุป

5.1 ลักษณะสื่อของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ มีทั้งหมด 6 ลักษณะสื่อ คือ 1. การออกแบบเครื่องแต่งกาย 2. การออกแบบงานโฆษณา 3. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ 4. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 5. การออกแบบสัญลักษณ์สื่อสารความหมาย และ 6. การออกแบบนิทรรศการ

5.2 ประเภทของวิธีการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1. ภาพถ่าย 2. ภาพวาดลายเส้น 3. ภาพวาดระบายสี 4. ภาพพิมพ์ 5. ภาพกราฟิกและภาพวาดดิจิทัล และ 6. ภาพประกอบสื่อผสม

5.3 รูปแบบเนื้อหาของการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ 1) ภาพประกอบแบบเหมือนจริง 2) ภาพประกอบแบบดัดแปลงธรรมชาติ และ 3) ภาพประกอบแบบอิสระ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 การสร้างสรรค์ภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์ นักออกแบบจะต้องมีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสินค้าและบริการให้มากพอสมควร ตลอดจนศึกษาเกี่ยวกับจุดประสงค์ในการสร้างสรรค์ผลงานให้ชัดเจน รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถตอบโจทย์ในการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และสำเร็จตามจุดประสงค์ในการสร้างภาพประกอบในงานออกแบบพาณิชยศิลป์

6.2 การสร้างสรรค์ภาพประกอบที่ดี ควรเลือกลักษณะของสื่อให้เหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องการสื่อสาร รวมถึงการเลือกรูปแบบวิธีการสร้างภาพประกอบและรูปแบบของเนื้อหาของภาพประกอบให้ถูกต้อง จะช่วยเสริมให้การออกแบบพาณิชยศิลป์เกิดผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบงานโฆษณาควรเลือกวิธีการสร้างภาพประกอบประเภทภาพถ่าย เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบเหมือนจริง ในการสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ เพราะธรรมชาติพื้นฐานของมนุษย์ หากไม่ได้เห็นสินค้าจริงด้วยตา แรงดึงดูดใจในการซื้อสินค้าและอำนาจในการตัดสินใจซื้อก็จะน้อยลงตามไปด้วย

7. เอกสารอ้างอิง

กรวิทย์ ชาติเจริญ. (2562). *เทคโนโลยีกับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ดอท. พริ้นท์. การพิมพ์.

กรวิทย์ รุ่งเรืองพัฒน์. (2560). *ศิลปะการสื่อสารในยุคดิจิตอล*. กรุงเทพฯ: รัตนอักษร พลับบลิช.

ขวัญชัย ทองสุริยะ. (2562). *ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องด้วยภาพ*. กรุงเทพฯ: สมาร์ท เอดูเคชั่น.

จิตลัดดา ส่องแสง. (2561). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อีคิวพลัสส์.

ณรงค์ชัย ภาคภูมิ. (2561). *เทคนิคการสร้างภาพประกอบเล่าเรื่อง*. กรุงเทพฯ: อาร์ตอินเตอร์บุ๊คส์.

ดลรวี สิริกาญจน์. (2561). *หลักการวาดภาพลายเส้นและสีน้ำ*. กรุงเทพฯ: วัฒนาวิทย์บุ๊คส์.

ไตรสิทธิ์ ศิริธนู และคณะ. (2561). การสื่อความหมายด้วยภาพของภาพถ่ายรางวัล โครงการประกวดภาพถ่ายนานาชาติเนื่องในงานวันนริศ. *วารสารการสื่อสารมวลชน, คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,* 6 (1), 90 - 129.

ธนกร นุ่นสงค์. (2562). *ศิลปะและการออกแบบเชิงพาณิชย์*. กรุงเพทฯ: พับลิเคชั่นส์ บุ๊ค.

นวพรรษ สัตย์จิตร. (2561). *หลักพื้นฐานในการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: เค แอนด์ พี พริ้นติ้ง เซอร์วิส.

นิรันดร์ หวังจินดานุภัทร. (2561). *การสื่อสารยุคดิจิทัล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สิริอักษรปริ้นท์.

ฟ้าลดา พิพัฒน์รัตนสกุล. (2560). *หลักการออกแบบโฆษณา*. กรุเทพฯ: คอมิคส์ อาร์ต แอนด์ แอท.

วิกานดา พลประสิทธิ์. (2560). *โลกแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน*. กรุงเทพฯ: วัฒนาการพิมพ์.

สุจินตนา เด่นคล้อย. (2560). *การสื่อสารด้วยภาพ*. กรุงเทพฯ: โรจน์รุ่ง พลับบลิชชิ่ง แอนด์ อาร์ต.

สุรัตนชัย ไพศาลทรัพย์. (2561). *ทฤษฎีสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: อีคิวพลัส.

สุนทรี มีวิริยะสกุล. (2561). *การสื่อสารในองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: ทริปเบิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.

สมพงษ์ ดำรงเดช. (2560). *การสื่อสารและนวัตกรรมสื่อ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมพร โชคอนันต์. (2562). *การออกแบบกราฟิก Graphic design*. กรุงเทพฯ: อินโฟเพลส.

อนุพงษ์ หวังวิริยะ. (2559). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: ทองเกษม.

ติ๊กต็อก สื่อบันเทิงขวัญใจเจเนอเรชัน Z

TIKTOK : ENTERTAINMENT MEDIA FOR GENERATION Z

นับทอง ทองใบ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Nubthong.th@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ รูปแบบ วิธีการสื่อสารของแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนเจเนอเรชัน Z ซึ่งพบว่าติ๊กต็อกมีลักษณะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผสมหลายสื่อเข้าด้วยกัน จุดเด่นคือมีรูปแบบเป็นคลิปวิดีโอขนาดสั้น ออกแบบเน้นความง่าย เพราะมีเครื่องมือเสริมด้านการถ่ายทำ และการตัดต่อสำเร็จรูปเอื้อให้ผู้ใช้งานเป็นนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ได้เบ็ดเสร็จภายในแอปพลิเคชัน มีการนำเสนอผ่านหน้าจอด้วยภาพขนาดใหญ่ ตัวอักษรน้อย เน้นการติดแฮชแท็ก ซึ่งการออกแบบที่เน้นความง่ายสอดคล้องกับพฤติกรรมของคน Gen Z ที่ต้องการสิ่งที่ง่ายไว้ก่อน และทำให้ติ๊กต็อกดึงดูดผู้สร้างคอนเทนต์หน้าใหม่ได้ดี อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ช่วยสร้างตัวตนให้คนธรรมดากลายเป็นคนดังขึ้นมาได้ง่ายๆ นอกจากนี้ติ๊กต็อกยังแสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในโลกออนไลน์ควรเน้นความจริงใจ เปิดเผยให้เห็นวิถีชีวิตในด้านตลกขบขันเพื่อแสดงความเป็นคนไม่สมบูรณ์แบบ ที่สามารถสร้างความบันเทิง และความสุข ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่คน Gen Z แสวงหา

คำสำคัญ: ติ๊กต็อก เจเนอเรชัน Z สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน สื่อบันเทิง

ABSTRACT

The object of this article is to present the format of communication of TikTok Application which complies with the Gen Z behavior. The format of TikTok is the modern media which combine many forms of media altogether. The outstanding point is the short video-sharing content with simply design as they provide the optional service tools for producing and editing in template form. This is very user-friendly design that users are able to completely create contents within the App.The presentation of the large images with little wordings through screen and hashtagging are the simply designs which get along well with Gen Z preference prioritizing and ease. TikTok gets much attraction from the new content creators as well as to be the space for creators to make themselves from “Nobody” to “Somebody” more easily than any other media. Moreover, Tiktok also shows that the online content creators should be more realistic and reveal their real lifestyle in the funny way to sincerely show the incomplete aspects of humanity but can also make entertaining and bring much joy that are the important things which Gen Z is looking for.

Keywords: TikTok, Generation Z, Social Media, Application, Entertainment Media

1. บทนำ

ในเวลานี้สื่อที่ครองใจคน Gen Z (Generation Z) คงต้องยกให้ TikTok แอปพลิเคชันจากประเทศจีน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เปิดให้ใช้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2559 และแม้ในสายตาผู้ใหญ่หลายคน TikTok อาจเป็นสื่อที่ดูไร้สาระ เพราะลักษณะเนื้อหา (content) ในระยะแรกที่ช่วยให้แอปพลิเคชันจากจีนสามารถสร้างกระแสโด่งดังในชั่วข้ามคืนมักเป็นคลิปวิดีโอลิปซิงค์ (Lip-synced) การขยับปากให้เข้ากับเพลง และการเต้นตามนักร้องดังที่เน้นแต่เพียงการสร้างเสียงหัวเราะ จนหลายคนตีตราว่า Tiktok เป็นแอปพลิเคชันสำหรับ “ตลาดล่าง” บ้าง “สก๊อย” บ้าง เพราะมีเนื้อหาวนเวียนอยู่แค่การโชว์ทักษะร้อง เต้น เล่นดนตรี เท่านั้น (“ปรากฏการณ์ TikTok จากแอปที่คนหาว่าสก๊อย สู่แพลตฟอร์มที่ทุกคนต้องเล่นยาม “กักตัว”, 2563)

แต่ปัจจุบันอัตราการเติบโตของ TikTok ทั่วโลกกลับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมียอดผู้ใช้งานครบ 100 ล้านคน ภายในเวลาไม่ถึง 1 ปี ในขณะที่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ต้องใช้เวลา 4 ปี 6 เดือน และทวิตเตอร์ (Twitter) ใช้เวลาถึง 5 ปี 5 เดือนจึงจะได้ยอดผู้ใช้งานหลักร้อยล้าน โดย We Are Social บริษัทผู้รวบรวมข้อมูลการใช้งานของสื่อดิจิทัลทั่วโลก เมื่อเดือนเมษายน 2563 ระบุว่าสถิติผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Tiktok จาก 155 ประเทศ มีจำนวนมากถึงราว 800 ล้านราย เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ดาวน์มาใช้งานสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยกลุ่มอายุที่ใช้ Tiktok มากที่สุดคือช่วง 18-24 ปี หรือช่วง Gen Z ถึงร้อยละ 60 โดยส่วนใหญ่ใช้เวลากับแอปเฉลี่ยราว 52 นาทีใน 1 วัน (Beaden, 2020)

ความนิยมของแอปพลิเคชัน Tiktok เกิดจากสาเหตุอะไร คือคำถามสำคัญของบทความชิ้นนี้ ที่ต้องการสำรวจ Tiktok ในมุมมองที่มากกว่าแค่แพลตฟอร์มความบันเทิงไร้สาระ แต่เพื่อขยายความเข้าใจสื่อแพลตฟอร์มใหม่นี้ว่ามีรูปแบบ วิธีนำเสนอที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และมีพลังเข้าถึงคนในยุคปัจจุบันอย่างไร เพราะสื่อใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมย่อมเป็นภาพแทนในการส่องสะท้อนความคิด ค่านิยม วัฒนธรรมกระแสใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตย่อมได้เห็นแนวทางการสร้างสรรค์สื่อให้สอดคล้องกับคนรุ่นใหม่ได้ โดยยึดกรอบแนวคิดสื่อแบบวัฒนธรรมศึกษาร่วมสมัย (Contemporary Cultural Studies) สายเบอร์มิงแฮม (The Birmingham school) ที่ให้ความสนใจในการศึกษาวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัยรุ่น แนวคิดการศึกษาสื่อบันเทิง รวมทั้งลักษณะเฉพาะตัวของคน Gen Z ในการวิเคราะห์

2. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการสื่อสารของแอปพลิเคชัน TikTok

(2) เพื่อวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ของแอปพลิเคชัน TikTok ที่สอดคล้องกับคนเจเนอเรชัน Z

3. TikTok : รูปแบบ และวิธีการสื่อสาร

3.1 TikTok: สื่อไฮบริดจ์ข้ามแพลตฟอร์ม

TikTok ประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสารที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงเพลง ดนตรีประกอบ และข้อความ โดยแม้ TikTok จะมีลักษณะตามรูปแบบของสื่อใหม่ (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554: 99-103) ที่หยิบยกเอาจุดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์หลายประเภทเข้าด้วยกัน คือมีความเป็น Social Networking หรือ เครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ที่เชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลเพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน เหมือนเช่นเฟซบุ๊ก หรือ อินสตาแกรม แต่ TikTok ก็ไม่ได้เน้นเนื้อหาประเภทชีวิตประจำวัน (Lifestyle) ของผู้ใช้งานเป็นหลัก เพราะมีรูปแบบวิดีโอที่มุ่งเน้นเนื้อหาหลายรูปแบบ เหมือนเช่นยูทูบ (Youtube) อีกทั้งยังมีความเหมือนสื่อ

ที่ครองใจคนรุ่นใหม่แบบเกม (Gaming) ที่ผู้ใช้งานสามารถสนุกกับการท้าทาย จากการแข่งขันหรือการชาเลนจ์ (Challenges) รูปแบบต่างๆ ได้ และขณะเดียวกันก็ยังมีลักษณะของสื่อดั้งเดิมเช่น มิวสิกวิดีโอ ที่เน้นเพลงช่วยเล่าเรื่อง รวมทั้งยังมีความเป็นรายการโทรทัศน์ ประเภทการแสดงทักษะเฉพาะตัวรูปแบบต่างๆ (Talent Show) รวมเข้าไว้ด้วยกันในสื่อเดียว

ด้วยความแตกต่างเฉพาะตัวของ TikTok ที่มีทั้งข้อความ ภาพ และเสียงและเนื้อหาไม่ซ้ำสื่อบันเทิงที่กล่าวมาจึงอาจเรียกได้ว่าเป็นสื่อบันเทิงที่ผสมผสานข้ามสายพันธุ์กับสื่ออื่นๆ และทำหน้าที่ทั้งแบ่งปันข้อมูลควบคู่กับการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ โดยเป็นสื่อที่ช่วยสร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) ของผู้ใช้งานเหมือนเช่นเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม แต่ขณะเดียวกันก็ยังช่วยประกาศผลงาน (Creative Network) ให้แก่ผู้ใช้งานไปพร้อมกันเหมือนเช่นยูทูบ ซึ่งลักษณะของสื่อผสมที่ปรับแต่งข้ามสายพันธุ์ก็เป็นลักษณะของสื่อใหม่ที่พยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีสื่อสารเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิต และช่วงชิงพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาสารให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่มากขึ้น

3.2 ความยาวจำกัด แต่เนื้อหาเปิดกว้าง

จุดแตกต่างของ TikTok ซึ่งฉีกไปจากกรอบของสื่อภาพเคลื่อนไหวประเภทวิดีโอ ที่มักเน้นอิสระของผู้ใช้งานในการสร้างคอนเทนต์ โดยไม่จำกัดความยาวเช่น Youtube หรือ Netflix คือ TikTok เลือกจะจำกัดความยาวของการโพสต์วิดีโอให้เป็นคลิปสั้นๆ เพียง 15 วินาที หรือ 60 วินาที ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ท้าทายคอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) ในการสร้างผลงานให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน แต่ต้องกระตุ้นให้คนมีส่วนร่วม (Engagement) อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใน 1-2 วินาทีแรก (พลสัน นกน่วม, 2558: 59) ดังนั้นลักษณะคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมใน TikTok จึงมักเป็นการร้องเพลง การเต้น การแสดงความสามารถพิเศษต่างๆ เช่นเล่นตลก แสดงมายากล ที่มุ่งเน้นการสร้างความสนุกสนาน ด้วยท่าทาง ความเคลื่อนไหวของร่างกาย และ โดยเฉพาะเรื่องตลกแบบล้อเลียน เพราะตามแนวคิดเรื่องการสร้างอารมณ์ขัน ระดับขั้นของตลกแบบล้อเลียนเป็นสิ่งที่เข้าถึงคนได้ง่าย เพราะผู้ชมไม่ต้องอาศัยทั้งพื้นความรู้และระยะเวลาในการทำความเข้าใจ ดังนั้นเราจึงเห็นว่าการสร้างสรรค์วิดีโอต้นแบบจากคนดัง (Influencer) โดยการอัดคลิปโต้ตอบมักได้รับความนิยมเพราะได้ฐานการรับชมจาก Influencer ต้นแบบอยู่แล้ว

3.3 แฮชแท็กสร้างกระแส

นอกจากการรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพเคลื่อนไหวแล้ว การสื่อสารด้วยตัวอักษร และข้อความขนาดสั้น ก็มีส่วนช่วยสร้างความสนใจได้ไม่แพ้กัน เพราะการโพสต์วิดีโอทุกครั้ง สามารถพิมพ์ข้อความสั้นๆ ลงไปผ่านการติดแฮชแท็ก (# Hashtag) ซึ่งเหมือนกับการกำหนดคำสำคัญเพื่อเน้นย้ำข้อความต่างๆ ในโพสต์ให้เหมาะสม ด้วยการใช้คำฮิตที่อยู่ในกระแสเพื่อช่วยให้เกิดการค้นหาคอนเทนต์ได้ง่ายขึ้นในโลกออนไลน์ แม้การติดแฮชแท็กไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะต่างเป็นเทคนิคที่สื่อรูปแบบอื่นๆ อย่างทวิตเตอร์ และอินสตาแกรมให้ความสำคัญอย่างมากมาก่อนแล้ว แต่การติดแฮชแท็กใน TikTok นั้นน่าสนใจตรงที่สามารถพัฒนามาเป็นเครื่องมือการตลาดที่ช่วยโปรโมทคอนเทนต์และอย่างได้ผล เกิดกิจกรรมแฮชแท็ก ชาเลนจ์ต่างๆ ที่กระตุ้นให้คนทั้งสร้างและติดตามคอนเทนต์ เปรียบเหมือนการจัดชุดของคอนเทนต์ให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน ซึ่งช่วยให้เกิดความต่อเนื่องของการรับสาร จนเป็นสาเหตุให้คอนเทนต์ใน TikTok สามารถยึดครองกระแสความสนใจของคนได้ยาวนานมากขึ้น เหมือนเช่นในช่วงกักตัวของคนทั้งโลกจากไวรัสโคโรนา TikTok ได้สร้างกิจกรรมชาเลนจ์ด้วยแฮชแท็กต่างๆ เช่น #เมษาAtHome หรือ #ขยับต้านโรค รวมทั้งการติดแฮชแท็ก #TikTokUni เพื่อล้างภาพลักษณ์แอปพลิเคชันระดับล่างด้วยการเชิญชวนผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือในแวดวงต่างๆ มาสร้างคอนเทนต์ทาง

การศึกษาจนทำให้ #TikTokUni กลายเป็นแฮชแท็กยอดฮิตมียอดผู้เข้าชมรวมกว่า 1.7 พันล้านครั้ง (“ส่อง 5 แฮชแท็กฮิต TikTok ครึ่งแรกปี 2020”, 2563) ดังนั้นแม้ TikTok จะเป็นสื่อแพลตฟอร์มใหม่ที่ดูเหมือนเปิดกว้างทางความคิดแก่คนรุ่นใหม่ แต่แท้จริงแล้ว วิธีการติดแฮชแท็กของ TikTok ที่พยายามจัดหมวดหมู่ เนื้อหาคอนเทนต์ก็ไม่ต่างอะไรจากความพยายามสร้างวาระความสำคัญของสาร (Agenda Setting) จากโลกแห่งธุรกิจสื่อบันเทิงที่หวังจะสร้างความเข้มข้นของเนื้อหาสารเพื่อช่วงชิงพื้นที่ในการควบคุมการเปิดรับสารของผู้ใช้สื่อที่เกิดขึ้นทุกยุคทุกสมัยนั่นเอง (Dearing & Roger ,1996: 8-12)

ภาพที่ 1 ตัวอย่างการติดแฮชแท็กเพื่อสร้างกระแสของคอนเทนต์ครีเอเตอร์ใน Tiktok
(“เล่นแอป 'TikTok' ยังไงให้แจ้งเกิดเป็นไอดอลคนใหม่บนโลกโซเชียล”, 2563)
ที่มา: จาก https://www.trueplookpanya.com/blog/content/79807

4. TikToK : จากมุมของ Gen Z

จากรูปแบบ และลักษณะเนื้อหาของ TikTok ที่กล่าวมานี้หากมองในมิติของผู้รับสาร จะเห็นได้ว่า TikTok สอดคล้องกับความคิด และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ Gen Z หลายประการ จากรายงานเจเนอเรชันซี เอเชียแปซิฟิก (“Generation Z: APAC”, 2020) โดยวันเดอร์แมน ธอมสัน อินเทลลิเจนซ์ (Wunderman Thompson Intelligence) ที่ได้ศึกษากลุ่ม Gen Z 4,500 คน ในช่วงอายุ 13 – 23 ปี จาก 9 ประเทศของเอเชีย รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างในไทยจำนวน 500 คน เพื่อค้นหาพฤติกรรม ความคิด และแรงขับเคลื่อนของคน Gen Z และรายงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC ที่ได้รวบรวมแนวทางการออกแบบในงานศิลปะเชิงสร้างสรรค์ตามแนวโน้มโลกและตามกลุ่มช่วงอายุในปี 2564 (“เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment”, 2563) พบว่ามีหลายประเด็นที่ Tiktok มีลักษณะสอดคล้องกับคน Gen Z ดังนี้

1. ง่ายไว้ก่อน

กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันท่วมท้นไปด้วยความรู้สึกเหนื่อยกายใจ ที่เกิดจากความเร่งรีบ ชีวิตเต็มไปด้วยความกดดัน ลักษณะอาการแบบนี้เรียกว่า The Compressionalist คือผู้ที่มีความต้องการ "อะไรก็ได้ ขอให้ชีวิตง่ายขึ้น" ดังนั้นวิธีคิดแบบ น้อยได้มาก (Less-is-More) หรือ ทำให้ง่ายไว้ก่อน (Make it Easy) จึงเป็นแนวโน้มในการออกแบบสื่อสมัยใหม่ที่ต้องออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย (Friendly User) ซึ่ง TikTok เองก็สะท้อนความคิดแบบง่ายไว้ก่อนหลายประการ

1.1 การสร้างเครื่องมือสำเร็จรูปเพื่อการสร้างสรรค์วิดีโอ โดย TikTok เพิ่มเครื่องมือในการถ่ายทำการตัดต่อคลิปวิดีโอ รวมไปถึงการใช้เอฟเฟกต์ การใส่ฟิลเตอร์ สติกเกอร์ รวมทั้งคลังเพลงดังที่มีลักษณะสำเร็จรูป (Template) แต่หลากหลายให้ผู้ใช้งานได้สนุกกับการเลือกทดลอง ลงมือทำได้เบ็ดเสร็จโดยไม่ต้องเสียเวลาออกจากแอปพลิเคชันเพื่อไปถ่ายทำหรือตัดต่อ โดยใช้โปรแกรมจากแอปพลิเคชัน หรือซอฟต์แวร์อื่นๆ ก่อนจะนำผลงานมาอัปโหลดอีกครั้งเหมือนเช่นยูทูบ รวมทั้งยังมีคลังเพลงให้เลือกจำนวนมาก โดยไม่ต้องกังวลเรื่องผิดลิขสิทธิ์เหมือนแพลตฟอร์มอื่นๆ ความไม่ยุ่งยากซับซ้อนจากการมีเครื่องมือมารองรับที่ทำให้ผู้ใช้งานไม่ต้องมองหาไกลตัวไปจากแอปพลิเคชันนี่เองจึงเป็นการออกแบบที่ช่วยให้คนเข้าถึง TikTok ได้ง่ายตามไปด้วย

1.2 การออกแบบหน้าจอเนื้อหาหลักที่ปรากฏแก่ผู้ใช้งาน (Interface) เน้นภาพขนาดใหญ่ แสดงคอนเทนต์แนวตั้งขนาดเต็มจอ มีข้อความ (Caption) และแฮชแท็กไว้ส่วนท้าย มีตัวชี้วัดไม่กี่ตัวไว้ด้านข้าง คือ ไลก์ (Like) คอมเมนต์ (Comment) และ แชร์ (Share) โดยไม่แจ้งยอดผู้เข้าชม (View) ผู้ติดตาม (Follower) และผู้เป็นสมาชิก (Subscribe) เหมือนแพลตฟอร์มอื่น

การออกแบบของ TikTok ที่ลดความสำคัญของตัวชี้วัดทางออนไลน์ต่างๆ (Social Proof) ส่งผลให้เมื่อคนไม่ค่อยเห็นปุ่มเหล่านี้ การตามกดรับเป็นสมาชิกหรือคอมเมนต์น้อยลง ผู้สร้างคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมใน TikTok จึงไม่จำเป็นต้องมีฐานเป็นคนดัง ที่มีผู้ติดตามมาแล้ว และย่อมเป็นการเปิดพื้นที่ให้วิดีโอที่ได้รับความนิยมอย่างแท้จริงมีโอกาสแจ้งเกิดมากขึ้น ซึ่งก็ส่งผลให้คนธรรมดาที่ไม่ได้เป็นคนดัง หรือคนที่ไม่เคยคิดลงมือทำคลิปวิดีโอมาก่อน เกิดมีกำลังใจในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ของตัวเองมากกว่าสื่อออนไลน์รูปแบบอื่น ผ่านการสร้างแฮชแท็กชาเลนจ์ของตัวเองหรือร่วมชาเลนจ์ดังที่กำลังเป็นกระแส เพื่อบ่งบอกถึงไลฟ์สไตล์ในรูปแบบของตัวเอง ซึ่งหากสร้างสรรค์คลิปได้โดนใจผู้ใช้งานคนอื่นๆ ก็อาจจะกลายเป็นครีเอเตอร์ที่โดดเด่น เรียกได้ว่าใครๆ ก็สามารถโด่งดังได้ (Somebody) แบบข้ามคืนแม้ไม่มีผู้ติดตามเลยก็ตาม

ภาพที่ 2 หน้าจอหลัก “For You” ในแอปพลิเคชัน Tiktok แสดงความเรียบง่าย เน้นภาพใหญ่ ตัวอักษรน้อย (“ความนิยมของ TikTok กับจุดจบของคอนเทนต์เรียกยอด Like”, 2563)

ที่มา: https://www.marketingoops.com/exclusive/tiktok-and-the-end-of-vanity-metric

ความง่ายที่เอื้อต่อการลงมือสร้างสรรค์เนื้อหานี่เองจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้ TikTok อยากเปลี่ยนสถานะจากเพียงแค่ผู้ชม ผู้ใช้ และผู้แชร์ คลิปวิดีโอแบบสื่ออื่นๆ (เช่นยูทูบ) มาเป็นผู้สร้างคอนเทนต์เสียเอง ซึ่งก็เป็นลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ที่มุ่งเน้นให้เกิดการผลิตซ้ำ ดัดแปลง หรือต่อยอดตัวสื่อนั้นๆ ผ่านการตีความใหม่ๆ โดยผู้รับสารมีสถานะเป็นผู้ส่งสารภายในตัวคนเดียวกัน (User-Generate Content หรือ UGC) (Kaplan & Haenlein, 2010: 59-68) TikTok จึงเป็นสื่อที่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานอย่างแพร่หลาย จนดึงดูดคอนเทนต์ครีเอเตอร์ทั่วโลกจนเพาะสร้างเป็นชุมชนขนาดใหญ่อันรวดเร็ว

2. คิดแล้วลงมือทำเลย ไม่รีรอความผิดพลาด

Gen Z เมื่อคิดแล้วจะลงมือทำตามความคิดทันที เรียกว่าเรียนรู้ไปพร้อมลงมือทำ (Learning by doing) และมีความมุ่งมั่นใฝ่ฝันจะประสบความสำเร็จ (Passion to Success) ไม่กลัวความล้มเหลว และกล้าลองผิดลองถูก ซึ่งต่างจาก Gen Y ที่ยังให้เวลากับการรวบรวมข้อมูล (Curating) และนำมาประยุกต์ แต่ Gen Z ชอบที่จะสร้างสิ่งใหม่ (Creating) ขึ้นมาเลย ดังนั้นจึงเกิดคอนเทนต์ใหม่ๆ ที่เกิดจากความกล้าลงมือทำของคนเจน Z อยู่เสมอโดยที่บางอย่างที่หากทำเองคนเดียวอาจสำเร็จช้า หรือไม่สามารถทำเองคนเดียวได้ก็จะชักชวนคนอื่นๆ มาช่วยกัน (Collaboration) ดังนั้นรูปแบบของการติดแฮชแท็กท้าทาย (Challenge) การเชื้อเชิญให้คนอยากทำตาม หรือฟังก์ชันการชวนผู้ใช้งานอื่นๆ มาทำเนื้อหาคู่กัน (Duet) จึงเป็นหัวใจสำคัญอีกประการที่ช่วยให้มีผู้ผลิตคอนเทนต์หมุนเวียนออกมาจำนวนมาก คลิปใน TikTok จึงดึงดูดความสนใจได้ไม่ยาก เพราะมีความสดใหม่ จากการผลัดกันเป็นผู้กล้าลองผิดลองถูกสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

3. คนธรรมดาที่ไม่ธรรมดา : Real is the new perfect

ในยุคออนไลน์ที่ทุกคนมีสื่ออยู่ในมือ และทุกคนสามารถสร้างคอนเทนต์ได้เอง Gen Z ผู้เกิดมาพร้อมความเคยชินกับเทคโนโลยี จึงไม่หลงเชื่อใครง่ายๆ โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ เพราะพวกเขารู้ดีว่าทุกสิ่งที่ปรากฏผ่านโลกออนไลน์นั้นล้วนผ่านการคิดและตกแต่งมาอย่างดีแล้ว ดังนั้น Influencer จึงไม่ได้มีพลังโน้ม

น้าวใจคน Gen Z เท่ากับคนธรรมดา (Real People) ที่ไม่สมบูรณ์แบบ เพราะความไม่สมบูรณ์แบบนั่นเองคือความสมบูรณ์แบบที่ดูจริงใจ และน่าเชื่อถือสำหรับ Gen Z TikTok จึงเป็นแพลตฟอร์มที่ทำให้คนธรรมดากลายเป็นคนไม่ธรรมดาที่สำคัญ และมีคนเริ่มติดตามขึ้นมาได้ กระทั่งคนดังอย่างดาราก็ยังเลือกจะใช้ TikTok มาเปิดเผยตัวตนอีกด้านที่ลดทอนการปรุงแต่ง หรือสวมบทบาทในโลกการแสดง เพื่อให้กลายเป็นคนดังติดดินที่มีรอยรั่ว และอารมณ์ขัน (ต่างจาก Instagram ที่เน้นภาพสวยมากกว่าขำ) เพื่อให้คน Gen Z ยอมรับและเข้าถึงได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

5. TikTok : จากมุมมบทบาทหน้าที่ของสื่อบันเทิง

ทัศนะของคน Gen Z มองว่าความร่ำรวยไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุด เพราะนิยามความสำเร็จของ Gen Z คือความต้องการมีความสุข มากเท่าๆ กับความต้องการประสบความสำเร็จ โดยจากผลสำรวจ เจเนอเรชันซี เอเชียแปซิฟิก (“Generation Z: APAC”, 2020) พบว่า Gen Z ในประเทศไทยให้คุณค่ากับการแสวงหาความสุขในชีวิตมากถึงร้อยละ 36 ในขณะที่ต้องการความร่ำรวยเพียงร้อยละ 14 เท่านั้น ซึ่งหากมอง TikTok ในฐานะของสื่อบันเทิงที่มีบทบาทหน้าที่ช่วยเป็นหลุมหลบภัยทางจิตใจ (Escapism) เป็นกลไกที่ช่วยทำให้คนหลบหนีจากภาวะแปลกแยกของสังคม และหน้าที่ในการทดแทนอารมณ์ที่ขาดหายไปจากพื้นที่ของชีวิตประจำวันที่ราบเรียบซ้ำซาก จากระบอบทุนนิยม จะเห็นได้ว่า TikTok ได้เติมเต็มหน้าที่เข้างต้น และสร้าง “ความสุข” จากการใช้สื่อ ซึ่งหากอิงจากแนวคิดการวิเคราะห์สื่อบันเทิงของ กาญจนา แก้วเทพ (2545: 54-78) และ สมสุข หินวิมานและคณะ (2558: 528-529) จะพบความสุขที่ได้รับจากการเล่น TikTok ดังนี้

1. สุขใจที่ได้เป็นตัวเอง

ในขณะที่สื่อบันเทิงแบบภาพเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ช่วยให้เกิดความสุขใจจากการได้เป็นผู้เฝ้าดู ผู้ชม และสุขใจที่ได้จินตนาการ ทำหน้าที่ในการขายฝัน เติมเต็มจินตนาการของผู้ชม เหมือนเช่นการดูมิวสิกวิดีโอ ละคร หรือภาพยนตร์ แล้วเอาตัวเองเข้าไปแทนภาพตัวเอก ความสุขใจที่ได้เฝ้าฝันเป็นตัวเอกในโลกสมมติของใครสักคนที่ไม่อาจเป็นจริงได้ในโลกแห่งความจริงแบบในอดีตนั้นได้แปรเปลี่ยนไปเป็น ผู้ชมที่ลุกขึ้นมา “ขอเป็นตัวเอกเสียเอง” เพราะคน Gen Z มีลักษณะของผู้รับสารแบบเป็นผู้กระทำ (Active Audience) มากกว่าเป็นผู้ตั้งรับ (Passive Audience) ความสุขของผู้ชมที่กลายมาเป็นผู้สร้างคอนเทนต์ใน TikTok เสียเองจึงเป็นความสุขที่ได้จากการมีพลังในการควบคุมคอนเทนต์ด้วยตัวเอง และยังเป็นความสุขที่ได้รับจากความพอใจในความเป็นตัวเอง (Social Satisfaction) ได้เติมความเป็นตัวเอง และได้รับรู้สถานภาพของตนเองในสังคมใหม่อย่าง TikTok

2. สุขที่ได้สร้างสรรค์และต่อต้าน

แนวคิดเรื่องผู้ใช้สื่อบันเทิงเพื่อแสวงหาความสุขตามกลุ่มวัฒนธรรมใหม่ๆ เช่นสำนักเบอร์มิงแฮม (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 68) มองว่าสื่อใหม่ๆ ที่วัยรุ่นแสวงหาและเลือกใช้ มักเป็นสื่อที่ต่อต้านการครอบงำของสังคม การใช้ TikTok ของวัยรุ่นเองก็เช่นกัน พวกเขามองว่าแม้คนต่างเจเนอเรชันอาจคิดว่า TikTok เป็นเวทีแสดงออกที่ไร้สาระ แต่นั่นกลับเป็นเรื่องดีสำหรับ Gen Z เพราะ TikTok ได้กลายเป็นพื้นที่เฉพาะกลุ่มส่วนตัว เป็นชุมชนสำหรับคนรุ่นใหม่ที่สามารถแสดงพลังอำนาจด้วยการเป็นตัวตนอีกด้านที่แสดงออกไม่ได้ในสังคมจริง ด้วยการสร้างสรรค์ความตลก ความเพี้ยน แหกคอก หลุดโลกออกจากกรอบของสังคม ที่ถูกขีดไว้ทั้งจากครูอาจารย์ที่โรงเรียน หรือผู้ปกครองที่บ้าน การสร้างชุมชนเฉพาะกลุ่มเช่นนี้จึงเป็นแนวทางการเติบโตของวัฒนธรรมย่อย ๆ ของสื่อใหม่ในปัจจุบัน

3. สุขที่ได้เลียนแบบ

จากบทความการออกแบบและการนำเสนอเนื้อหาเพื่อกลุ่มเจเนอเรชันวาย (มานินทร์ เจริญลาภ, 2560) พบว่า Gen Y ให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ที่ให้ความคิดสร้างสรรค์ แต่ขณะเดียวกันคน Gen Z กลับยอมรับการเลียนแบบ ใน TikTok เราจะเห็นการสร้างคอนเทนต์เลียนแบบของนักร้องดัง การเต้นตามศิลปินหรือไอดอลขวัญใจให้เหมือนที่สุดอยู่บ่อยครั้ง แถมคลิปเหล่านั้นกลับโด่งดังเสียยิ่งกว่าคลิปต้นฉบับเสียอีก การเลียนแบบให้เหมือนต้นฉบับใน TikTok ได้กลายมาเป็นศิลปะ และความสร้างสรรค์ประการหนึ่ง เพราะท้ายที่สุดแล้วการเลียนแบบแม้จะมุ่งเน้นการทำท่าทางให้เหมือนต้นฉบับ แต่ก็ยังมีความแตกต่างของรูปร่าง หน้าตา และรูปลักษณ์ภายนอกของผู้เลียนแบบ อาจมองได้ว่าใน TikTok การเลียนแบบ (Copy) ที่เติมความตลก (Comedy) เข้าไป เป็นสิ่งสร้างสรรค์ (Creative) ที่ได้รับการยอมรับ (Copy + Comedy = Creative) ซึ่งก็น่าสนใจว่าปัจจุบันแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ แม้จะยอมรับเรื่องความเป็นตัวเอง เคารพความแตกต่างหลากหลาย (Diversity) แต่ก็ย้อนแย้งในแง่การยอมรับเอาวัฒนธรรมการล้อเลียน เหมือนเช่น มีม (Meme) รูปแบบของ ความคิดทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในรูปสัญลักษณ์เช่นภาพนิ่ง หรือคลิปวิดีโอตัดแต่งตลกที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในโลกออนไลน์ ซึ่งผู้ถูกล้อเลียนในมีมหลายคนกลับยอมรับกับการถูกล้อเลียน แถมยังชื่นชอบเพราะเป็นคนดัง ได้มีตัวตนในโลกออนไลน์เสียด้วยซ้ำ

6. สรุป

ความนิยมของ TikTok ในวันนี้ เกิดจากรูปแบบ วิธีการสื่อสารที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความคิด และความเชื่อของคน Gen Z ซึ่งแม้จะไม่ใช่กลุ่มสำคัญที่มีกำลังซื้อสำหรับนักการตลาด แต่ในฐานะนักนิเทศศาสตร์ คนรุ่นใหม่เหล่านี้กลับเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมของวัยรุ่น ที่มีพลังมากพอจะบ่งบอก หรือชี้นำความเป็นไปของสังคมได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการวิเคราะห์รูปแบบ วิธีการสื่อสารใน TikTok นั้นพบว่ามีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและบ่งบอกแนวโน้มการสร้างสื่อและคอนเทนต์ให้สอดคล้องกับคนเจเนอเรชัน Z ได้ดังนี้

1. สื่อบันเทิง และความตลกขบขัน เป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างคอนเทนต์ให้ถูกใจวัยรุ่นในปัจจุบัน

เพราะเรื่องตลกไม่ใช่เรื่องไร้สาระ แต่เป็นสิ่งมีคุณค่า เพราะการสร้างเสียงหัวเราะเป็นการสร้างความสุขอย่างหนึ่ง ซึ่งความสุขก็เป็นสิ่งที่คนเจน Z แสวงหา และให้ความสำคัญมากกว่าความร่ำรวย

2. เรียบง่ายไว้ก่อน จึงตอบโจทย์คนรุ่นใหม่

TikTok แสดงให้เห็นว่าการออกแบบเนื้อหา (Content) ให้เข้าใจง่ายเป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งง่าย ยิ่งเกิดการผลิต

ซ้ำ และทำตามแบบ เหมือนเช่นการเต้น หรือการร้องเพลง นอกจากนี้การออกแบบรูปแบบ (Form) การใช้งานให้เป็นวิดีโอแนวตั้ง เน้นภาพขนาดใหญ่ ลดจอแสดงผลที่เป็นข้อความโดยไม่จำเป็น การมีเครื่องมือถ่ายทำ และเอฟเฟ็กต์เสริมการตัดต่อภาพและเสียงจำนวนมากให้เลือก ที่สำคัญคือการกำหนดความยาวของคลิปวิดีโอที่สร้างสรรค์ในเวลาจำกัดเพียง 15 หรือ 60 วินาที ทั้งหมดนี้ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนที่คุ้นชินกับการดูวิดีโอในยูทูบรู้สึกว่าการทำคลิปใน TikTok เป็นเรื่องง่าย ไม่ต้องพิถีพิถันมากนัก และผลักดันให้เกิดผู้กล้าจะโดดลงมาเป็นนักสร้างคอนเทนต์หน้าใหม่เสียเอง

ซึ่งรูปแบบการใช้งานและการออกแบบคอนเทนต์ให้บันเทิงและง่ายไว้ก่อนของ TikTok ที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธิพงศ์ แซ่จิว (2555: 82-84) ที่ศึกษาการสื่อสารตราสินค้าบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนดังข้ามคืนที่ได้รับการยอมรับจำนวน 5 คน และพบว่าคนดังในโลกออนไลน์เหล่านั้นล้วนมี

จุดร่วมในการนำเสนอเนื้อหาสารที่เหมือนกันคือการสร้างความบันเทิง และการสร้างสารที่สั้น เข้าใจง่ายเช่นกัน ซึ่งความง่ายนี่เองย่อมส่งผลต่อแนวทางการสร้างตัวตนของคอนเทนครีเอเตอร์ในยุคนี้

3. ความจริงใจแบบดิบๆ หรือความเรียล (Real) คือสิ่งสำคัญ

การเผยให้เห็นวิถีความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันที่ไม่จำเป็นต้องจัดฉาก หรือไม่ต้องการความสมบูรณ์แบบให้มากจนเกินไปของคอนเทนต์ครีเอเตอร์ที่เล่าเรื่องราวใน Tiktok กลายเป็นสิ่งดึงดูดแฟนๆ มากขึ้น เพราะการเป็นคนธรรมดาที่สามารถดังได้ในชั่วข้ามคืนใน TikTok ย่อมแสดงให้เห็นว่า สถานะความเป็นศิลปินคนดังแบบไอดอลในอุดมคติ กับ แฟนคลับที่มีความสุขกับการได้เฝ้าฝัน หรือจินตนาการคนดังที่เอื้อมไม่ถึงนั้นลดน้อยลง โดยสถานะของไอดอลได้ขยับเข้าใกล้คนธรรมดามากขึ้น เพราะผู้เสพคอนเทนต์เองสามารถสลับบทบาทไปเป็นผู้สร้างคอนเทนต์ได้ง่ายดายและมีโอกาสดังได้ไม่แพ้ศิลปิน ซึ่งหมายความว่าคนธรรมดาๆ ก็สามารถเลื่อนสถานะไปเป็นคนมีชื่อเสียงได้ในโลกของ TikTok

จากรูปแบบ และวิธีการสื่อสารของ TikTok ข้างต้น คงช่วยทำให้เห็นถึงลักษณะของสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Z ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต ในการสร้างสรรค์สื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสาร แต่ขณะเดียวกันสำหรับวงวิชาการแล้วยังมีสื่อบันเทิงรูปแบบอื่นๆ อีกมากที่รอคอยให้ทำความรู้จัก ศึกษากันในอีกหลายแง่มุม เพื่อช่วยกันค้นหาภาพสะท้อนของความคิด และวัฒนธรรมย่อย ที่แตกต่างกันของคนหลากหลายเจเนอเรชัน ไม่เฉพาะแต่เพียง Gen Z เท่านั้น

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการ

การหาคำตอบเรื่องความนิยมของ TikTok นอกเหนือจากการศึกษาแง่มุมของรูปแบบสื่อที่สอดคล้องกับผู้รับสาร Gen Z แล้ว ควรมีการวิเคราะห์ลักษณะ และประเภทของเนื้อหาที่ปรากฏใน TikTok รวมทั้งจัดหมวดหมู่ประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยม ก็จะช่วยให้เห็นภาพรวม รูปแบบและกลวิธีการสื่อสารของ TikTok มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตและนักการตลาด

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ TikTok ได้รับความนิยม คือกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งหากมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะช่วยหาคำตอบเรื่องความนิยมใน TikTok ได้รอบด้านขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ ... [และคนอื่น ๆ]. (2545). *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ.* กรุงเทพฯ: ออล อเบ้าท์ พริ้นท์.

"ความนิยมของ TikTok กับจุดจบของคอนเทนต์เรียกยอด Like". (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2563, จาก https://www.marketingoops.com/exclusive/tiktok-and-the-end-of-vanity-metric/

"เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment". (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2563, จาก https://web.tcdc.or.th/th/Publication/Detail/Trend-2021-Reform-this-Moment

"ปรากฏการณ์ TikTok จากแอปที่คนหาว่าสก๊อย สู่แพลตฟอร์มที่ทุกคนต้องเล่นยาม "กักตัว". (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2563, จาก https://positioningmag.com/1271606

พลสัน นกน่วม. (บรรณาธิการ). (2558). *Content Creator 101 ก้าวแรกสู่การเป็นคนทำคอนเทนต์สร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). "สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต". *วารสารนักบริหาร,* 31(4) : 99-103.

มานินทร์ เจริญลาภ. (2560). "การออกแบบและการนำเสนอเนื้อหาเพื่อกลุ่มเจเนอเรชันวาย*". การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 12 ประจำปี 2560* : 1443-1452.

ยุทธิพงศ์ แซ่จิว. (2555). *"การสื่อสารตราสินค้าบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนดังข้ามคืน".* วิทยานิพนธ์ ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

"เล่นแอป 'TikTok' ยังไงให้แจ้งเกิดเป็นไอดอลคนใหม่บนโลกโซเชียล". (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2563, จาก https://www.trueplookpanya.com/blog/content/79807

สมสุข หินวิมาน ... [และคนอื่น ๆ]. (2558). *ธุรกิจสื่อสารมวลชน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

"ส่อง 5 แฮชแท็กฮิต TikTok ครึ่งแรกปี 2020". (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563, จาก https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9630000073490

Beaden, A. (2020). *"TIKTOK 101: EVERYTHING YOU NEED TO KNOW"* สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2563, จาก https://wearesocial.com/blog/2020/06/tiktok-101-everything-you-need-to-know

Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Agenda-Setting.* California: Sage.

"Generation Z :APAC". (2019). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2563, จาก https://intelligence.wundermanthompson.com/trend-reports/generation-z-apac/

Kaplan, A.M. & Haenlein, H. (2010). "User of the world, unite! The Challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons,* 53 (January-February 2010): 59-68.

การศึกษาการจัดกิจกรรมละคร “รู้จักฉัน รู้จักเธอ” ในรูปแบบออนไลน์

EDUCATION ORGANIZING A PLAY NAMED “GETTING TO KNOW ME, GETTING TO KNOW YOU" ON AN ONLINE PLATFORM

บุณฑริกา มั่งคั่ง

สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: boontarika.ma@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความเรื่องการศึกษาการจัดกิจกรรมละคร “รู้จักฉัน รู้จักเธอ” ในรูปแบบออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการการจัดกิจกรรมละคร ‘ รู้จักฉัน รู้จักเธอ ’ผ่านรูปแบบออนไลน์ โดยกิจกรรมในครั้งนี้ผลที่ผู้ศึกษาต้องการจะให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับก็คือต้องการให้พวกเขาได้รู้จักตนเองมากขึ้น และกล้าที่จะเปิดใจเล่าเรื่องของตนเองให้เพื่อนใหม่ได้รู้จักอีกด้วย แต่ด้วยเป็นการจัดกิจกรรมผ่านการออนไลน์ จึงเป็นการยากที่จะทำให้ผู้เข้าร่วมเปิดใจ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนและวางแผนใหม่ทั้งหมด เพื่อให้การจัดกิจกรรมครั้งนี้ไม่น่าเบื่อ และสัมฤทธิ์ผลตามที่ได้วางไว้ ผู้ศึกษาจึงได้เลือกให้มีทีมงานเข้ามาช่วยในการทำงานครั้งนี้ กระบวนการที่ผู้ศึกษาได้จากการทำงานครั้งนี้คือถ้าเราวางแผนการทำงานได้เป็นอย่างดี จากปัญหาที่ถูกกำหนดไว้ตั้งแต่แรก ก็จะทำให้การดำเนินงานในวันจริงเกิดปัญหาขึ้นน้อยมาก และการทำงานก็เป็นไปอย่างราบรื่น

หลังจากจบจากกิจกรรมนี้ ผลการตอบรับของผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รู้จักตนเองมากขึ้น ได้รู้จักเพื่อนบางคนเพิ่ม แต่ไม่สามารถจำเพื่อนได้ครบหมดทุกคน ซึ่งก็เป็นไปตามที่ผู้ศึกษาได้วางไว้ ผู้ศึกษาได้เรียนรู้ว่าเราต้องรู้จักเปิดใจตนเองก่อนในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนไปเป็นแบบออนไลน์ อีกทั้งการวางแผนการสื่อสาร และการมีทีมงานที่ดีก็จะทำให้งานสำเร็จได้ง่ายขึ้น และเมื่อถึงเวลาของดำเนินกิจกรรม การยกตัวอย่างจากครูผู้สอนที่ต้องมีความชัดเจนก็จะทำให้เด็กเข้าใจ ไว้ใจและกล้าที่จะเปิดเผยตัวเองเช่นกัน อีกทั้งความใส่ใจของตัวผู้สอนและทีมงานที่ต้องมีเพิ่มมากขึ้นก็ทำให้การจัดกิจกรรมครั้งนี้สำเร็จไปได้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ศึกษาได้วางไว้

คำสำคัญ: การเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์, กิจกรรมละคร

ABSTRACT

Education organizing a play named "Getting to know me, Getting to know you" on an online platform. The objective is to study the organization process of a play "Getting to know me, Getting to know you" through an online platform. In this activity, the educator's aim for attendees was to gain a better understanding of themselves. In addition, to be brave enough to share their very own story with their new friends. However, using the online platform made it hard for the attendees to open up. Hence, the educator must change the teaching technique and create new teaching plans so the activity won't be boring and achieve the desired goal.

The educator needed help from assistants. The learning experience for an educator is if the educator planed well in advance, operation on an opening day rarely encountered any problem. To illustrate, the step by step preparation and the discussion of finding the solution to the problem that might occur on an opening day. Thus, on an opening day, the operation went, swimmingly. Nevertheless, attentiveness, observation, and levity are very important as well.

After the activity ended, the majority of the attendees did gain a better understanding of themselves. They get to know some friends but they cannot remember everyone. This is went hand in hand with what the educator had already anticipated. The educator has learned that the educator must first open herself up to the ever-changing of teaching through an online platform. Plans, communication, and great teamwork made the activity easier to achieve. Moreover, during the activity sharing clear examples from the educator helped them to understand, to trust, and to open up about themselves. Furthermore, the added attentiveness of educator and assistants contribute to the success of the objective as set by the educator

Keywords: Online class, Drama Activity

1. บทนำ

สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้มีการจัดกิจกรรมศิลปะการแสดงในภาคฤดูร้อนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาจริงให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในทุกๆ ปี ซึ่งโดยปกติแล้ว การจัดกิจกรรมจะถูกจัดขึ้นที่บริเวณสาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ และตัวผู้ศึกษานั้นได้รับมอบหมายให้สอนวิชาการแสดง โดยจุดมุ่งหมายหลักจะเพื่อให้นักศึกษาได้รู้จักตัวเอง รู้จักเพื่อน และรู้พื้นฐานด้านการแสดง

แต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาด Covid 19 ทำให้ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยศรีปทุมปรับการเรียนการสอนเป็นรูปแบบออนไลน์ทั้งหมด ผู้ศึกษาในฐานะครูผู้สอนจึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้เป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมหาวิทยาลัยได้แนะนำให้ใช้โปรแกรม Zoom ในการทำการเรียนการสอนครั้งนี้ เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่สามารถบรรจุนักศึกษาไว้พร้อมๆกันได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถพูดคุยและเปิดบทเรียนสอนได้ไปพร้อมๆกัน แต่เนื่องด้วยวิชาการแสดงเป็นวิชาที่เน้นด้านปฏิบัติเป็นหลัก ต้องอาศัยการสื่อสารที่พบเจอกันจริงๆ เพราะผู้สอนต้องคอยสังเกตทั้งทางสายตา ท่าทาง และปฏิกิริยาตอบกลับของผู้เรียน เพื่อให้การเรียนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะเหตุนี้เมื่อเกิดสถานการณ์ Covid19ขึ้น และทางมหาวิทยาลัยปรับเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์นั้น จึงถือได้ว่าเป็นเรื่องยากสำหรับการสอนวิชานี้ เพราะข้อจำกัดของการที่ไม่ได้พบเจอกันจริงๆ และสามารถสื่อสารผ่านกันได้แค่ทางคอมพิวเตอร์หรืองานหน้าจอโทรศัพท์เท่านั้น

จึงทำให้ผู้ศึกษาต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมการเรียนการสอนขึ้นโดยนำแบบฝึกหัดทางด้านการแสดงที่เคยสอนมาปรับใช้ในการทำกิจกรรมครั้งนี้ ให้ชื่อกิจกรรมว่า “รู้จักฉัน รู้จักเธอ”โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักศึกษาได้รู้จักตนเอง จนนำไปสู่การแนะนำตนเองให้เพื่อนๆได้รู้จัก อีกทั้งยังทำให้ตนเองได้รู้จักเพื่อนๆทุกคนมากขึ้นอีกด้วย

ถึงแม้ว่าผู้ศึกษาจะมีแบบฝึกหัดที่สรุปแล้วว่าจะจัดทำในกิจกรรมครั้งนี้ แต่เนื่องด้วยจำนวนนักศึกษาที่มีมากถึง 60 คน และมีเวลาในการกิจกรรมเพียง 2 ชั่วโมง จึงทำให้ผู้ศึกษาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและวางแผน

กระบวนการครั้งนี้ใหม่ ให้น่าสนใจและสามารถทำให้นักศึกษาอยู่ตั้งแต่ต้นจนจบกิจกรรมให้ได้ อีกทั้งยังต้องได้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ศึกษาวางไว้อีกด้วย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาการจัดกิจกรรมละครครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป

2. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษากระบวนการการจัดกิจกรรมละคร ‘ รู้จักฉัน รู้จักเธอ ’ในรูปแบบออนไลน์

(2) เพื่อศึกษาปัญหาและเป็นแนวทางการจัดกิจกรรมละครรูปแบบออนไลน์ในครั้งต่อไป

3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการเรียนการสอนออนไลน์

กฤษณา สิกขมาน (2554) กล่าวว่า การเรียนการสอนออนไลน์ เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่มีการออกแบบ การเรียนการสอนไว้อย่างเป็นระบบ มีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายการจัดการเรียนการสอนไว้อย่างชัดเจน จัดการเรียน การสอนตามหลักทฤษฎีทางการศึกษา หลักการเรียนการรู้และจิตวิทยาการศึกษา การถ่ายทอดความรู้ การนำเสนอเนื้อหา การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และถ่ายทอดกลยุทธ์การสอนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ ซึ่งในปัจจุบันเน้นไปที่การใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงและเรียนรู้โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา เนื้อหาบทเรียนของอีเลิร์นนิ่งจะอยู่ในรูปแบบสื่อผสมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Multimedia) ซึ่งออกแบบไว้ในลักษณะ ซอฟต์แวร์รายวิชา (Courseware) ประกอบด้วยสื่อผสม ได้แก่ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และที่สำคัญ คือ ผู้เรียน สามารถโต้ตอบกับบทเรียนและผู้สอนได้ การบริหารจัดการอีเลิร์นนิ่งใช้ซอฟต์แวร์ประเภทบริหารจัดการการเรียนรู้ (Learning Management System : LMS) ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการอย่างอัตโนมัติเกือบทุกขั้นตอนแทนการปฏิบัติด้วยมือ ตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนจนถึงขั้นตอนการวัดและประเมินผลการเรียนการสอน

ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าการโต้ตอบกันได้ของการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์นี้เป็นสิ่งที่ตอบสนองกิจกรรมครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี เพราะรูปแบบกิจกรรมต้องการการตอบรับอย่างทันท่วงที แต่ข้องควรระวังคือสัญญาณอินเทอร์เน็ตของผู้เรียน และสถานที่ที่ผู้เรียนอาศัยอยู่ซึ่งอาจจะกลายเป็นอุปสรรคของการเรียนการสอนได้

ตัวละคร

สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึง คือโครงเรื่องจะอยู่ต่างหากจากตัวละครไม่ได้ เพราะโครงเรื่องที่ดีควรสร้างขึ้นมาจากการกระทำและลักษณะนิสัยของตัวละคร และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ตัวละครก็จะไม่มีความหมายอะไรเลยหากไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงเรื่อง บทละครที่ดีนั้นจึงจำเป็นจะต้องมีทั้งโครงเรื่องที่ดี และการวางตัวละครที่เหมาะสม นพมาส แววหงส์ (เรื่องเดิม: 11) อธิบายว่าเราสามารถวิเคราะห์ตัวละครได้โดยพิจารณาลักษณะของตัวละครจากด้านต่างๆดังนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอก ซึ่งหมายถึงรูปร่างหน้าตา เพศ อายุ ความสูงต่ำดำขาว กิริยาอาการ

2. สถานะทางสังคม ซึ่งหมายถึงอาชีพ ฐานะ ความเชื่อทางศาสนา ความเกี่ยวพันในครอบครัว และสังคมแวดล้อม

3. จิตวิทยา ซึ่งรวมถึงภูมิหลังที่มีส่วนกำหนดนิสัยใจคอ ทัศนคติ ความปรารถนาในส่วนลึก ความชอบความเกลียด

4. คุณธรรม ซึ่งหมายถึงสำนึก และความละอายต่อบาป ความยุติธรรม ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี

การวิเคราะห์ตัวละครจะทำให้นักแสดงได้รู้จักตัวละครในทุกๆแง่มุมและสามารถเป็นแสดงตัวละครเหล่านั้นได้ และกิจกรรมในครั้งนี้ก็มีจุดประสงค์ให้ผู้เรียนได้รู้จักวิเคราะห์ตนเองและวิเคราะห์เพื่อนเช่นกัน

ละครประยุกต์ หรือ Applied Theatre

คำว่า "ละครประยุกต์" กลายเป็นคำศัพท์เกิดใหม่และเริ่มมีนักวิชาการด้านศิลปะการละครใช้คำคำนี้เพิ่มมากขึ้น ผู้ที่ผลักดันและพยายามสร้างคำนิยาม คำจำกัดความ และพยายามสร้างพื้นที่ในทางวิชาการสำหรับ Applied Theatre หรือแปลเป็นไทยว่าแบบตรงตัว ก็คือ "ละครประยุกต์" ผู้สร้างศัพท์และนิยามศัพท์คำนี้ขึ้นมาได้แก่ ดร.ฟิลิป เทเลอร์ มีการใช้คำว่า "ละครประยุกต์" เพิ่มมากขึ้น และบางครั้งคำนี้ครอบคลุมลักษณะของละครนอกกรอบ หรือละครที่ไม่เป็นตามแบบฉบับ ที่จริงแล้ว ละครประยุกต์น่าจะเป็นเพียงวิธีการของการนำละครไปใช้ในกิจการ กิจกรรมที่แตกต่างไปจากละครตามแบบฉบับ และอาจเป็นคำที่รวมพวก รวมกลุ่มกิจกรรมละครที่มีจุดมุ่งหมายที่หลากหลาย และรูปแบบที่แตกต่างเหล่านี้ไว้ในลิ้นชักเดียวกัน

Helen Nicholson ได้กล่าวถึงความหมายของ *ละครประยุกต์หรือ **Applied Theatre*** เอาไว้ว่าเป็นคำศัพท์จัดหมวดหมู่เรื่องของการนำศิลปะการละครไปประยุกต์ใช้ เพื่อจุดประสงค์อื่นๆอันนอกเหนือไปจากการให้ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แม้จะเป็นคำศัพท์ที่ใหม่แต่ก็ครอบคลุมถึงวิธีการนำศิลปะการละครไปใช้นอกกรอบละครตามแบบฉบับ ละครประยุกต์จึงเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ และมักถูกนำไปใช้เพื่อการพัฒนาบุคคล ชุมนุมและสังคมในแต่ละด้านยกตัวอย่างเช่น การนำละครไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนา ผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมในโรงเรียน ละครในคุก ละครเพื่อการรณรงค์สุขภาพ ละครบำบัดด้านจิตวิทยา และละครเพื่อการศึกษาเป็นต้น

โดยผู้เขียนได้นำหลักการการแสดง และละครประยุกต์ดังกล่าวเข้ามาเพื่อศึกษาและหาแนวทางที่จะเชื่อมโยงให้ศิลปะการแสดงสามารถเป็นประโยชน์และถูกนำไปใช้ในอาชีพนี้ได้

ผู้ศึกษาเลือกทฤษฎีละครประยุกต์**มา**ใช้ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาเล็งเห็นแล้วว่ากิจกรรมในครั้งนี้ไม่เน้นที่ตัวผู้เรียนต้องเล่นละครได้เป็นหลัก แต่เน้นที่ผู้เรียนจะได้รู้จักตนเองมากขึ้น อีกทั้งได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆเพื่อการอยู่ร่วมกันได้ในอนาคตอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของละครกับชีวิตมนุษย์

การศึกษาศิลปะการละครเกี่ยวข้องกับเยาวชนอย่างไร หนังสือเรียนศิลปะการละครเบื้องต้น 1-2 ตอนที่ 1 (เรื่องเดิม: 7-9) อธิบายว่าการศึกษาวิชาศิลปะการละคร คือการศึกษาให้เข้าใจชีวิตมนุษย์ ปฏิกิริยาที่มนุษย์มีต่อสภาพแวดล้อม ปัญหาเฉพาะหน้า ธรรมชาติ กฎเกณฑ์ทางสังคม ตลอดจนมนุษย์ด้วยกันซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจตนเอง และผู้อื่น การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีควรเป็นผลที่ได้รับจากวิชาศิลปะการละคร เพราะการศึกษาวิชานี้คือการค้นหาความจริง หลักปรัชญาและแนวทางชีวิตที่เห็นได้จากการแสดงออกของมนุษย์ทุกยุคทุกสมัยในรูปของ" ละคร

การศึกษาวิชาศิลปะการละคร ถ้าทำได้อย่างถูกต้องก็น่าจะเกิดประโยชน์อย่างมากสำหรับเยาวชนซึ่งอยู่ในวัยที่พัฒนาความคิดอ่าน รสนิยม จิตใจ และความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ การอ่านบทละคร ถ้าจะอ่านให้เข้าใจลึกซึ้ง ผู้อ่านต้องขวนขวายหาความรู้ ความเข้าใจทางด้านประวัติศาสตร์ ปรัชญา สังคม ภาษาและวรรณคดี มิฉะนั้นความเข้าใจจะอยู่ในวงแคบ หรืออาจอ่านละครบางเรื่องไม่เข้าใจเลย ในขณะเดียวกันบทละครสมัยต่างๆจะสะท้อนแนวโน้มของความคิด ความเชื่อ และรสนิยมของสมัยนั้นๆ ซึ่งเมื่ออ่านบทละครของสมัยใดก็ย่อมช่วยให้เข้าใจปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อสังคมและสภาพแวดล้อมของสมัยนั้น ดังนั้นผู้อ่านจึงสามารถหาความรู้ทางด้าน

ประวัติศาสตร์ ปรัชญา และสังคมจากบทละครได้ ศิลปะในด้านการแสดงก็เช่นเดียวกัน ถ้าได้รับการฝึกฝนอย่างถูกวิธี ก็จะเป็นประโยชน์แก่เยาวชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม คือนอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักการแสดงออก การพูด การวางตัวในที่ชุมชนอย่างถูกต้องแล้ว ศิลปะของการแสดงยังส่งเสริมความสามารถ และจินตนาการในทางสร้างสรรค์ ตลอดจนความสนใจในมนุษย์ และธรรมชาติแวดล้อม ทำให้สามารถเข้าใจ และปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ ซึ่งจะช่วยให้เยาวชนเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์อันดี สตานิสลาฟสกี (Stanislavsky) ผู้เขียนตำราว่าด้วยการแสดงที่สำคัญกล่าวว่า ครูที่ดีที่สุดของการแสดงก็คือชีวิตและธรรมชาติของมนุษย์ ในการฝึกหัดนักแสดงของเขา สตานิสลาฟสกีไม่ยอมให้ผู้ใดเลียนแบบนักแสดงอื่นไม่ว่าจะเก่งกาจแค่ไหน เขาใช้วิธีสอนให้นักเรียนการแสดงรู้จักสังเกตธรรมชาติของมนุษย์ในความเป็นจริง และนำเอาความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการแสดงแทนที่จะตกแต่งกิริยา ตีสีหน้า ยกมือยกไม้ตามแบบฉบับละครเก่า ฉะนั้น เมื่อนักแสดงต้องการแสดงบทใดก็จะต้องศึกษาค้นคว้าให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงนิสัย อารมณ์ จิตใจ รสนิยม และปฏิกิริยาตอบโต้ของตัวละครที่มีต่อเหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมที่บทละครกำหนดให้ การ"ตีบทแตก" หรือเข้าใจบทที่จะแสดงอย่างดีว่าตนเป็นใครมีความต้องการอะไรบ้าง มีนิสัยอย่างไร การศึกษาระดับใด รสนิยมอย่างไร มีความสัมพันธ์กับตัวละครอื่นๆทั้งที่ปรากฏและไม่ปรากฏตัวบทเวทีอย่างไรบ้างนั้น ก็คือความสามารถที่จะสวมวิญญาณของตัวละครในเรื่องสามารถ" เอาใจเขามาใส่ใจเรา"ได้ ซึ่งนอกจากจะนำไปสู่การแสดงที่สมจริง และเป็นธรรมชาติแล้ว ยังฝึกให้นักแสดงคนนั้นเกิดอุปนิสัยที่พยายามเข้าใจผู้อื่น ค้นหาเหตุผลของการกระทำ และไม่ตัดสิน หรือประณามใครอย่างรวดเร็วโดยใช้ตนเองเป็นบรรทัดฐาน ลักษณะนิสัยเช่นนี้จะช่วยทำให้เยาวชนเป็นผู้มีใจกว้าง เห็นใจผู้อื่น มีเหตุมีผล และมีความสนใจที่จะแสวงหาความจริงเกี่ยวกับมนุษย์และชีวิต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต และการคบหาสมาคมกับผู้อื่นเป็นอัน

เนื่องจากกิจกรรมครั้งนี้เน้นหลักไปที่การรู้จักตนเองและผู้อื่น ดังนั้นแนวคิดนี้จึงตอบโจทย์ของการทำกิจกรรมนี้ เพราะจะทำให้ผู้เรียนรู้จักการวางตัว การสื่อสาร การแนะนำตัว การเปิดใจ และรวมถึงการการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นอีกด้วย

4. ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรมละคร ‘ รู้จักฉัน รู้จักเธอ ’ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2563 สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่1 สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน ผ่านโปแกรมออนไลน์ที่มีชื่อว่า Zoom โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็นทั้งหมด 3 ช่วง ดังต่อไปนี้

1. ช่วงการเตรียมจัดกิจกรรม (Pre Production)
2. ช่วงการจัดกิจกรรม (Production)
3. ช่วงหลังจัดกิจกรรม (Post Production)

1) ช่วงการเตรียมจัดกิจกรรม (Pre Production)

คำว่าละครสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้นั่นก็คือตัวละคร เพราะตัวละครถือว่าเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้ละครเกิดขึ้น ดังนั้นจึงทำให้เกิดทฤษฎีวิเคราะห์ตัวละคร และทฤษฎีนี้ก็ทำให้นักแสดงต้องฝึกวิเคราะห์ตัวละคร ได้ทำความรู้จักกับตัวละคร เพราะตัวละครก็ถือได้ว่าเป็นมนุษย์คนหนึ่ง และนี่เองที่ทำให้นักแสดงโดยส่วนใหญ่ได้มองเห็นแล้วได้รู้จักตัวเอง และผู้อื่นมากขึ้น ดั่งคำที่ว่า “ดูละครย้อนดูตัว”หรือ “ชีวิตคนยิ่งกว่าละคร” ดังนั้นการจัดกิจกรรมครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงไม่ได้หวังผลในเรื่องของการแสดง แต่หวังผลให้นักศึกษาชั้นปีที่1 ได้รู้จักตนเองและรู้จักเพื่อนๆในแง่มุมที่มากกว่าแค่ชื่อนามสกุล และชื่อเล่น แต่เป็นในแง่มุมที่ละเอียดอ่อนกว่านั้นในเวลาที่ถูก

กำหนดไว้ ผู้ศึกษาจึงนำทฤษฎีละครประยุกต์เข้ามาปรับใช้ในการจัดกิจกรรมครั้งนี้แทน โดยแบบฝึกหัดที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ตั้งแต่ต้นนั้นมีชื่อว่า “กระดาษบอกตัวเอง” ซึ่งวิธีการเล่นกิจกรรมมีดังนี้

1.ให้นักศึกษาเตรียมกระดาษ A4 ของตัวเองคนละ 1 แผ่น

2. ให้นักศึกษาทำอะไรกับกระดาษ A4 ของตัวเองก็ได้ ที่สามารถบ่งบอกตัวตนของเราเองได้มากที่สุด เช่น ถ้ารู้สึกว่าตอนนี้ชีวิตตัวเองไม่มีความสุขเลย โดนทำร้ายตลอดเวลา ก็อาจจะขยำกระดาษของตัวเองให้เป็นก้อนกลมๆได้ (โดยขั้นตอนนี้ครูผู้สอนจะอธิบายและทำให้ดูเป็นตัวอย่างก่อน)

3. ให้นักศึกษาอธิบายตัวตนของตนเองผ่านการจัดการกระดาษของตัวเองให้เพื่อนๆ และครูผู้สอนฟัง

ซึ่งแบบฝึกหัดนี้จะเป็นแบบฝึกหัดที่ไม่ซับซ้อนมาก เพราะใช้กระดาษมาเทียบเคียงทำให้ผู้เรียนได้ระบายเรื่องของตนเองออกมาลงที่กระดาษ และยังสามารถให้ผู้เรียนกล้าบอกตัวตน หรือเรื่องราวของตัวเองบางอย่างกับเพื่อนๆมากกว่าการแนะนำตัวปกติ

เมื่อผู้ศึกษาได้คัดเลือกแบบฝึกหัดในครั้งนี้แล้ว ขั้นตอนต่อไปผู้ศึกษามองเห็นว่าการที่ผู้เรียนมีจำนวนถึง 60 คน ถ้าผู้ศึกษาดำเนินกิจกรรมครั้งนี้เพียงคนเดียว คงไม่สามารถควบคุมผู้เรียนได้อย่างทั่วถึง เพราะเป็นการสอนในรูปแบบออนไลน์ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้คัดเลือกทีมงานเพื่อเข้ามาช่วยผู้ศึกษาจำนวน 5 คน ซึ่งทีมงานที่ผู้ศึกษาได้เลือกมาก็คือรุ่นพี่ชั้นปีที่4 และชั้นปีที่3 นั่นเอง สาเหตุที่ผู้ศึกษาเลือกรุ่นพี่มาเป็นทีมงานนั้น ก็เนื่องจากว่ารุ่นพี่ทั้งหมดเคยผ่านการทำแบบฝึกหัดนี้มาแล้ว และเมื่อเป็นรุ่นพี่รุ่นน้องกันแล้ว ก็จะทำให้นักศึกษาชั้นปีที่1 ไม่ได้รู้จักเพียงแค่เพื่อนของตนเองเท่านั้น แต่กลับได้รู้จักกับรุ่นพี่ของตนเพิ่มขึ้นอีกด้วย และเมื่อมหาวิทยาลัยเปิดการเรียนการสอนตามปกติก็จะทำให้รุ่นน้องสนิทกับรุ่นพี่ได้เร็วมากยิ่งขึ้น เมื่อผู้ศึกษาได้คัดเลือกรุ่นพี่เรียบร้อยแล้ว จึงได้นัดประชุมงานเพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของกิจกรรม สิ่งที่น้องๆจะได้รับจากการทำกิจกรรมครั้งนี้ เพื่อให้ทีมงานเข้าใจร่วมกันและตรงกันจะได้ทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้ ดังนั้นปัญหาที่ผู้ศึกษารู้สึกเป็นกังวลก่อนหน้านี้ จึงได้ถูกนำมาพูดคุยปรึกษากันในกลุ่มการทำงานเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและนักศึกษาชั้นปีที่1 ได้รับผลในสิ่งที่ผู้ศึกษาต้องการ ซึ่งปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการทำกิจกรรมครั้งนี้มีดังนี้

1. มีความกังวลว่านักศึกษาจะไม่ข้าใจแบบฝึกหัดที่ให้ทำ เพราะทำผ่านออนไลน์

2. มีความกังวลว่านักศึกษาจะไม่ให้ความร่วมมือและไม่เปิดใจเล่าเรื่องของตนให้คนอื่นทราบ

3. นักศึกษาจะรู้สึกเบื่อหน่ายเพราะกว่ากิจกรรมจะจบต้องใช้เวลานาน

4. ด้วยความที่ต้องทำกิจกรรมกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งถือว่าเป็นนักศึกษาใหม่ที่ทั้งอาจารย์และรุ่นพี่เองก็ยังไม่รู้จัก จึงกลัวว่าจะจำนักศึกษาได้ไม่ครบ และไม่สามารดูแลได้อย่างทั่วถึง

และเมื่อได้ไล่เรียงปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตอนทำกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว จึงปรึกษากันว่าจะแก้ไขปัญหาตรงนี้ได้อย่างไรบ้าง โดยการประชุมเตรียมงานนี้ได้ใช่เวลาประชุมทั้งหมด 3 ครั้งด้วยกัน จนได้ข้อสรุปในการแก้ปัญหาดังนี้

1. ใช้วิธีให้อาจารย์และรุ่นพี่ทำตัวอย่างให้ดูก่อน เพื่อให้นักศึกษาทำความเข้าใจก่อนเริ่มทำของตัวเอง และคอยสอบถามใส่ใจอีกครั้งว่านักศึกษาเข้าใจหรือไม่

2. ให้อาจารย์และรุ่นพี่เปิดใจเล่าของตัวเองก่อนทั้งเรื่องความทุกข์และเรื่องความสุข และเมื่อถึงเวลาของนักศึกษาเล่าก็ให้อาจารย์และรุ่นพี่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจ

3. ให้อาจารย์และรุ่นพี่คอยช่วยกันสังเกตตลอดว่ามีน้องคนไหนเริ่มไม่ให้ความสนใจ และคอยปลุกเร้า กระตุ้น สร้างความสนุกสนานอยู่ตลอด

4. เนื่องด้วยรุ่นพี่มีจำนวน 5 คน จึงเลือกที่จะแบ่งกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่1 ออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 12 คน และให้รุ่นพี่เป็นคนดูแลรุ่นน้องในกลุ่มของตนเอง โดยใช้วิธีให้เปิดกลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ และดึงน้องของตนเองเข้าไปในกลุ่มก่อนวันที่มีการกิจกรรม ต่อจากนั้นให้เข้าไปทำความรู้จักกับน้องของตัวเองไว้ก่อน เช่นให้น้องทุกคนแนะนำตนเองเพื่อให้พี่และเพื่อนๆในกลุ่มได้รู้จักกัน ทำให้รุ่นน้องรู้สึกไว้ใจรุ่นพี่มากขึ้น และทำให้รุ่นพี่ได้รู้จักและจำชื่อรุ่นน้องได้ก่อนการจัดกิจกรรมอีกด้วย ที่สำคัญเมื่อรุ่นพี่ได้แทรกซึมเข้ากลุ่มแล้ว ก็จะสามารถตรวจสอบจำนวนได้ว่ามีรุ่นน้องกี่คนที่ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ เพราะเวลาของการจัดกิจกรรมมีแค่ 2 ชม.ดังนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องคำนวณเวลาให้ช่วงของการอธิบายตัวตนของรุ่นน้องทีละคนต้องอยู่ในเวลาที่ได้วางไว้

หลังจากวางแผนแก้ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแล้ว ทางผู้ศึกษาเองมีความรู้สึกว่าแค่แบบฝึกหัดเดียวอาจจะเพียงพอแล้วสำหรับกิจกรรมในครั้งนี้ เพราะจริงๆแล้วเด็กวัยรุ่นยุคใหม่ยุคดิจิทัลนี้ให้ความสำคัญกับการค้นหาตนเองเป็นอย่างมาก ผู้ศึกษาจึงต้องการต่อยอดกิจกรรมนี้เพิ่มเผื่อให้เป็นต้นทางที่ช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักตนเองเพิ่มขึ้นได้อีกด้วย ต้องยอมรับว่ายุคนี้เป็นยุคของโซเชียลมิเดีย เยาวชนส่วนใหญ่เลือกที่จะโพสต์เรื่องของตัวเองผ่านช่องทางต่างๆ ผู้ศึกษาก็เป็นอีกคนหนึ่งที่มีความชื่นชอบที่จะลงรูปภาพของตนเองในเฟสบุ๊ก พร้อมด้วยแคปชันสนุกสนานต่างๆ แต่ที่ขาดไม่ได้เลยสำหรับผู้ศึกษาเลยคือการเขียน # ทุกครั้งในการลงรูปหรือเนื้อหาต่างๆของตนเองลงในเฟสบุ๊ก โดยผู้ศึกษามี # ประจำของตนเองคือ #เป็นครูหรือเป็นตลก โดย # นี้ ผู้ศึกษาค้นพบจากตัวเองว่าเป็นคนที่ประกอบวิชาชีพครู แต่เป็นครูที่ไม่ชอบความตึงเครียดจนเกินไป ส่วนใหญ่จะสอดแทรกมุขตลกไปพร้อมกับการสอนหนังสือ จึงได้คิด # นี้ขึ้นมาเป็นของตนเอง และใช้ # นี้มาแล้วเป็นเวลา 3 ปีด้วยกัน และหลังจากที่ผู้ศึกษาได้ใช้ # นี้ ผลตอบรับคือมักจะมีคนรู้จักเข้ามาทักทายหยอกล้อกับ #ประโยคที่ผู้ศึกษาใช้ หรือมักจะตั้งคำถามกับผู้ศึกษาบ่อยครั้งว่าตกลงเป็นครูหรือเป็นตลก จนทำให้ผู้ศึกษารู้สึกว่าการใช้ # นี้ก็สามารถทำให้เราเป็นที่รู้จักและเป็นที่จดจำของบุคคลอื่นได้ อีกทั้งยังทำให้ผู้อื่นรู้จักเราได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

และนี่เองจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ศึกษาคิดว่าจะนำมาเพิ่มเป็นอีกหนึ่งกิจกรรม ต่อจากกิจกรรมพับกระดาษบอกตัวเอง เพราะเมื่อผู้เรียนได้เล่าและรู้จักตนเองผ่านกระดาษแล้ว ก็คงต้องการที่จะบอกตัวตนของตัวเองเพื่อให้คนอื่นได้รู้จักตนเองผ่านโลกโซเชียลนั่นเอง ซึ่งเมื่อผู้ศึกษาได้ปรึกษาทีมงานถึงการทำกิจกรรมนี้ ทุกคนก็เห็นด้วย เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถทำต่อเนื่องจากกิจกรรมแรกได้ อีกทั้งยังสามารถเป็นผลงานของผู้เรียนแต่ละคนได้อีกด้วย แต่ด้วยเวลาที่มีจำกัดแค่ 2 ชม. จึงทำให้กิจกรรม # นี้ไม่สามารถทำได้เลยในวันเดียวกัน ทุกคนจึงปรึกษากันและลงความเห็นว่าให้น้องนำกลับไปทำเป็นการบ้าน โดยให้มีวันและเวลาในการโพสต์ที่พร้อมกัน วิธีการคือก่อนที่จะเริ่มกิจกรรมจะให้น้องๆไปเตรียมรูปภาพของตนเองไว้ จะเป็นรูปที่บ่งบอกความเป็นตนเองมากที่สุด หรือจะเลือกรูปที่ตนเองรู้สึกมั่นใจที่จะโพสต์ลงก็ได้ แล้วแต่ความสะดวกของน้องๆ ซึ่งตัวผู้ศึกษาจะมีตัวอย่าการโพสต์ของตัวเองอยู่แล้ว จึงได้ให้การบ้านรุ่นพี่ไปหารูปภาพของตัวเอง พร้อม # ที่บอกความเป็นตัวเองมากที่สุดเช่นกัน เพื่อเป็นตัวอย่างให้น้องๆอีกทางหนึ่งด้วย

เมื่อสรุปงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทีมงานทุกคนจึงแยกย้ายเข้ากลุ่มงานของตนเองและมอบหมายงานให้น้องๆ คือ 1.ให้เตรียมกระดาษA4คนละ 1 แผ่น 2.ให้เตรียมรูปที่รู้สึกว่ามั่นใจที่สุด หลังจากนั้นก็ทำการตรวจสอบจำนวนว่าน้องจะเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดกี่คน แล้วจึงมีการประชุมเตรียมงานครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มกิจกรรมจริง การประชุมครั้งสุดท้ายเกิดขึ้นเพื่อนเตรียมความพร้อมของทุกส่วน และตรวจสอบจำนวนนักศึกษาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมจริงๆ

อีกทั้งยังมีการวางแผนในการเรียงลำดับการแนะนำตนเองของน้องอีกด้วย ว่าจะเรียงลำดับกันอย่างไรเพื่อไม่ให้เกิดบรรยากาศที่เงียบหรือเกิดความเบื่อหน่ายขึ้น ดังนั้นจึงตกลงกันที่ เรียงลำดับโดยเริ่มจากคนที่1 ของทุกๆกลุ่มไล่ตามลำดับไปเรื่อยๆจนครบก่อน จึงค่อยเริ่มที่คนที่สองจากกลุ่มแรก และไล่คนที่สองของทุกกลุ่มเหมือนครั้งแรก และคอยให้รุ่นพี่คอยสังเกตน้องในกลุ่มที่ของตัวเองที่นั่งฟังว่ายังอยู่ร่วมกับกิจกรรมหรือไม่ และเรียงลำดับไปเช่นนี้จนกว่าจะถึงคนสุดท้าย เมื่อวางแผนตกลงกันจนได้สรุปงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงแยกย้ายเพื่อพบกันในวันจริง โดยนัดหมายเจอกันก่อนหนึ่งชั่วโมงในโปรแกรม Zoom เพื่อเตรียมความพร้อมและรายงานสถานการณ์ล่าสุดก่อนกิจกรรมจะเกิดขึ้น และทำการนัดน้องๆทุกคนก่อนเวลาครึ่งชั่วโมงเช่นกัน เพื่อเผื่อเวลาในกรณีที่บางคนมีปัญหาในการเชื่อต่อกับโปรแกรมหรืออินเทอร์เน็ต จะได้ทำให้กิจกรรมไม่ล่าช้าออกไป โดยตัวผู้ศึกษาและทีมงานได้เปิดกลุ่มไลน์ทีมงานไว้เพื่อใช้ในการสื่อสารกันในวันจริง ในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้นหน้างาน และต้องแก้ไขสถานการณ์ให้ทันเวลา

2) ช่วงการจัดกิจกรรม (Production)

กิจกรรม “รู้จักฉัน รู้จักเธอ” ถูกกำหนดให้จัดขึ้นตั้งแต่เวลา 16.00 – 18.00 น. และถึงแม้ว่าทางผู้ศึกษาจะเผื่อเวลาในการนัดนักศึกษาไว้ก่อนครึ่งชั่วโมงแล้วก็ตาม แต่เนื่องด้วยเป็นการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านโปรแกรม Zoom ที่นักศึกษาทุกคนต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อ โดยก่อนหน้านี้ทางสาขาสื่อสารการแสดงได้มีการปฐมนิเทศและประชุมนักศึกษาชั้นปีที่1 ผ่านโปรแกรมนี้ไปบ้างแล้ว เลยทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถใช้โปรแกรมนี้ได้โดยที่ไม่ต้องสอนก่อนล่วงหน้า ดังนั้นปัญหาจึงไม่ใช่ที่นักศึกษาไม่รู้จักโปรแกรมหรือใช้โปรแกรมไม่เป็น แต่จะเป็นปัญหาที่การเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตมากกว่า

ดังนั้นปัญหาแรกที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ก็ยังเป็นการที่ต้องรอผู้เรียนทุกคนเข้ามาในโปรแกรมซึ่งใช้เวลาพอสมควรในการรวมผู้เรียนให้ครบ ซึ่งวิธีแก้ไขอย่างทันท่วงทีคือให้รุ่นพี่ประจำกลุ่มไต่ถามน้องในกลุ่มผ่านไลน์ของกลุ่มตนเองว่าที่ยังไม่เข้าร่วมกิจกรรมคือเกิดปัญหาอะไรขึ้น และจะสามารถเข้าร่วมได้หรือไม่ โดยมีน้องจำนวน 3-4 คน ที่ยังไม่สามารถเชื่อมต่อได้ นั่นหมายถึงว่าจะได้เริ่มกิจกรรมเวลาจึงถูกเลื่อนออกไปเล็กน้อย คือเวลา16.15น. แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้เรียนเข้าครบแล้วทุกคน เพราะการเชื่อมต่อของบางคนก็ยังไม่สำเร็จ อีกทั้งยังมีผู้เรียนอีกจำนวน 3 คน ที่ติดธุระและขอเข้าร่วมกิจกรรมสาย ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการให้รุ่นพี่อธิบายกิจกรรมไว้ในกลุ่มไลน์ของตนเองก่อนน้องเข้าร่วมกิจกรรมในโปรแกรมเพราะเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมแล้วจะได้เข้าใจ และสามารถทำกิจกรรมและอยู่ร่วมในกิจกรรมนี้ได้เลย เมื่อกิจกรรมเริ่มขึ้น สิ่งที่สำคัญที่สุดเมื่อผู้ศึกษาเห็นเวลาที่ถูกเลื่อนออกมานั้น จึงต้องสอบถามทุกคนในทันทีว่าถ้ากิจกรรมจะเลิกช้ากว่าที่กำหนดไว้ จะมีคนไหนไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้จนจบหรือไม่ ซึ่งผลตอบรับก็เป็นที่พึงพอใจเพราะมีเพียงนักศึกษาเพียง 2 คนที่ต้องขอออกก่อนเพราะต้องไปทำงาน จึงไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่ที่จะต้องแก้ปัญหาในขณะนั้น

ผู้ศึกษาเริ่มต้นด้วยการแนะนำตนเอง และทีมงานอีกครั้งกับนักศึกษาทั้งหมดเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นให้นักศึกษาเปิดใจมากขึ้น รู้สึกคุ้นเคยมากขึ้น หลังจากนั้นผู้ศึกษาจึงอธิบายกิจกรรมกระดาษบอกตัวเองให้ทุกคนฟังเพื่อทำความเข้าใจร่วมกัน และเมื่อทุกคนเข้าใจแล้ว จึงให้เวลาทุกคนในการพับกระดาษ 5 นาที เพราะเราล่าช้ามามากแล้วและเราคำนวณเวลาไว้แล้วว่า 1 คนต้องไม่เกิน 2 นาที ต่อจากนั้นผู้ศึกษาจึงเริ่มกิจกรรมนี้ที่ตัวผู้ศึกษาเองเพื่อทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมรู้สึกเปิดและไว้ใจผู้ศึกษาในฐานะอาจารย์ที่ควบคุมกิจกรรมในวันนี้ทั้งหมด สิ่งที่ผู้ศึกษาพับและสื่อสารถึงตัวเองให้ทุกคนฟังนั้นเป็นทั้งเรื่องสุขและเรื่องทุกข์ของตัวเอง เช่นช่วงนี้ครูรู้สึกว่าชีวิตตัวเองวุ่นวายและเศร้ามาก รู้สึกทำอะไรไปก็ไม่มีใครรักเลย ดังนั้นรูปทรงกระดาษที่ออกมาจึงมีลักษณะยับยู่ยี่แบบนี้เพราะการที่ผู้ศึกษาเปิดตัวแบบนี้กับทุกคนเพื่อให้ทุกคนรู้สึกว่าตัวเค้าเองก็ควรจะจริงใจและค้นหาตัวเองผ่าน

กระดาษนี้ และกล้าที่จะเล่าเรื่องของตนเองให้เพื่อนๆ รุ่นพี่ และอาจารย์ได้ฟัง เพราะสิ่งหนึ่งที่สำคัญของการละคร คือถ้าเรารู้จักตนเอง เราก็จะสามารถรู้จักผู้อื่น เสมือนได้รู้จักตัวละคร และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้เล่าเรื่องของตนเองผ่านกระดาษให้ทุกคนได้รับฟังแล้วนั้น คนต่อไปที่ได้วางแผนไว้นั้นคือรุ่นพี่อีก 2 คนที่จะเล่าเรื่องของตนเองเพื่อจุดประสงค์เดียวกัน คือให้น้องๆ เริ่มเปิดใจมากขึ้นและค่อยๆ กล้าเปิดตัวเองมากขึ้นเรื่อยๆ แต่เราจะเริ่มต้นให้รุ่นพี่ได้เล่าแค่ 2 คนก่อน แล้วเดี๋ยวช่วงกลางๆ จะเพิ่มพี่ๆอีก 2 คน เข้าไปเพื่อให้บรรยากาศไม่น่าเบื่อ หรือช่วยสร้างบรรยากาศให้สนุกสนานมากยิ่งขึ้น และพี่คนสุดท้ายให้เป็นคนปิดท้ายการเล่านี้เพื่อที่เราจะได้ควบคุมกิจกรรมนี้ได้อย่างสวยงาม และเมื่อรุ่นพี่ได้เล่าครบทั้ง 2 คนแล้วนั้น ก็ถึงเวลาของน้องคนแรกที่จะต้องเล่าและเรียงตามคิวไปเรื่อยๆ ซึ่งการเล่าเรื่องของคนแรกถือว่ามีความสำคัญมาก เพราะถ้าคนแรกกล้าเล่า กล้าเปิดใจและกล้าเปิดเผยตนเองให้เพื่อนๆนั้น ก็จะทำให้เป็นการเริ่มต้นที่ดีที่คนต่อๆไป จะกล้าสื่อสารเรื่องของตัวเองกับเพื่อนๆ เช่นกัน และเมื่อคนแรกเล่าจบนั้นถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดีมาก เพราะคนแรกกล้าเล่าเรื่องของตนเองในเชิงลึกเลย นั่นก็คือเล่าว่าตนเองเป็นคนที่ทำอะไรก็ไม่เคยดี และช่วงนี้ก็เศร้ามากๆ เพราะไม่ประสบความสำเร็จอะไรซักอย่าง แต่เพื่อไม่ให้บรรยากาศเศร้าจนเกินไป เมื่อนักศึกษาเปิดใจเล่าเรียบร้อย ก็เป็นหน้าที่ของผู้ศึกษาที่จะต้องปิดจบของแต่ละคนและชักชวนให้เพื่อนๆ ทุกคนคล้อยตามไปกับคนที่เล่า เช่นถ้าเพื่อนเล่าว่าอยู่ในช่วงเวลาที่เศร้าหรือน้อยใจหรือไม่มีความสุข ผู้ศึกษาก็จะให้กำลังใจและให้เพื่อนช่วยกันมอบกำลังใจกันอีกทางด้วย หลังจากนั้นผู้ศึกษาก็ต้องเชื่อมต่อคนต่อไปอย่างรวดเร็ว โดยที่ไม่ทำให้คนที่เล่าก่อนหน้านี้รู้สึกว่าตัวเองถูกละทิ้งเพราะต้องแข่งกับเวลาที่มีจำกัด และการที่มีทีมงานมาช่วยนั้นถือว่าเป็นการดีมาก เพราะจะคอยรับส่งบทสนทนาการสื่อสารต่างๆ กับผู้ศึกษาได้เป็นอย่างดี และเมื่อทีมงานสามารถจำชื่อเล่นของน้องในกลุ่มตัวเองได้ด้วย จึงเกิดการกระตุ้นเรียกน้องๆ อย่างสม่ำเสมอ ยิ่งทำให้บรรยากาศยังคงอยู่ในระดับที่ดึงให้ทุกคนอยู่ในกิจกรรมได้ ความใส่ใจและการสังเกตผู้ร่วมกิจกรรมเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษามองเห็นว่ามีความสำคัญมากสำหรับกิจกรรมนี้ เพราะถ้าขาดไปก็จะทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมหลุดไปจากกิจกรรมได้เลย ดังนั้นระหว่างที่ผู้ศึกษาดำเนินกิจกรรมอยู่นั้น ก็ยังคงต้องคอยสังเกตผู้ร่วมกิจกรรมอยู่ตลอด เพื่อให้การจัดกิจกรรมครั้งนี้ลุล่วงไปได้ แต่ในอีกทางหนึ่งทางผู้ร่วมกิจกรรมเองก็ดูสนุกและให้ความสนใจกับกิจกรรมครั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าเป็นครั้งแรกที่พวกเขามีโอกาสได้พูดคุยและทำความรู้จักจริงๆ ก่อนที่จะใช้ชีวิตร่วมกันในรั้วมหาวิทยาลัยอีก 4 ปี กิจกรรมนี้เลยเป็นที่สนใจสำหรับเด็กๆนั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนี้การดำเนินกิจกรรมในครั้งนี้จึงดำเนินไปได้อย่างราบรื่นทุกคนกล้าที่จะเล่าเรื่องของตัวเองออกมาบ้างไม่มากก็น้อย จึงทำให้ภาพโดยรวมไม่มีปัญหาใหญ่อะไรที่ทำให้ผิดแผนตามที่ได้เตรียมการไว้ และเมื่อเล่าจนครบแล้ว ผู้ศึกษาจึงให้การบ้านในการโพสต์รูปพร้อม # ของตนเอง ในครั้งแรกที่ได้ยินผู้ศึกษาประกาศนั้นก็มีเสียงของความวิตกกังวลบ้าง แต่เมื่อผู้ศึกษาและทีมงานยืนยันจะว่าช่วยทุกคนอย่างเต็มที่ ทุกคนก็เลยตอบตกลงโดยไม่มีอาการต่อต้านใดๆอีก และกิจกรรมนี้ก็เสร็จสิ้นในเวลา 18.30 น.

3) ช่วงหลังจัดกิจกรรม (Post-Production)

หลังจากที่นักศึกษาได้รับการบ้านแล้ว ในกลุ่มไลน์ของรุ่นพี่ก็มีการตอบรับที่ดี มีน้องคอยสอบถาม หรือให้รุ่นพี่ช่วยเลือกว่าจะตั้ง # ประจำตัวของตนเองอย่างไรดี ทำให้รุ่นพี่ก็รู้สึกดีกับรุ่นน้องที่ให้ความสนใจ ก็เป็นการสานสัมพันธ์อีกทางระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้องอีกด้วย โดยทางทีมงานได้จัดเวลาให้น้องๆ ได้โพสต์ในวันและเวลาเดียวกันเพราะให้เกิดผลบนโลกโซเชียลนั่นเอง โดยให้โพสต์ภาพตัวเองพร้อม#ที่บอกตัวเอง และทุกคนต้องใส่ # รู้จักฉันรู้จักเธอ ด้วย

นอกจากนั้นผู้ศึกษามีคำถามให้ทีมงานได้ไปถามน้องๆถึงสิ่งที่ได้รับในกิจกรรมครั้งนี้ เพราะเป็นกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ ผลตอบรับที่ได้โดยโดยรวมมีดังนี้ 1. ทำให้ตัวเองได้รู้จักตนเองมากขึ้น 2.ได้รู้จักเพื่อนบางคนมากขึ้นแต่จำไม่ได้ทุกคน 3. จำได้เฉพาะเพื่อนบางคนที่มีความโดดเด่นออกมา 4.ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ 5. เป็นกิจกรรมที่ไม่ยากเกินไปและเข้าใจได้ง่าย 6. บางคนมีหลุดจากกิจกรรมบ้างแต่รุ่นพี่ก็เรียกมาและสามารถร่วมกิจกรรมต่อได้

ส่วนทางด้านทีมงานนั้นก็ถือว่าได้ฝึกประสบการณ์การเป็นผู้ช่วยสอน และได้ทำความรู้จักกับน้องๆมากขึ้นอีกด้วย

5. สรุป

การจัดกิจกรรมทางการแสดงนั้น โดยปกติถ้าจะทำให้สัมฤทธิ์ผลก็ควรจะเป็นการเรียนการสอนที่ได้พบเจอตัวตนกันจริงๆ แต่ด้วยสถานการณ์ของโรคระบาดนั้น จึงทำให้เกิดเงื่อนไขของการสอนทางออนไลน์ขึ้น สิ่งที่ผู้ศึกษาได้กับตัวเองในขั้นต้นนั้น คือการต้องเปิดใจกล้าที่ปรับเปลี่ยนระบบการเรียนการสอนที่ตนเองเคยได้ทำมาและมองให้มันเป็นความท้าทายที่ได้ทดลองอะไรใหม่ๆ และเมื่อปรับใจตนเองได้นั้นก็จะมองเห็นโอกาสและหนทางในการทำกิจกรรมอย่างมากมาย ซึ่งโดยสรุปของกิจกรรมนี้ผู้ศึกษามีมุมมองว่าการจัดกิจกรรมออนไลน์นี้การวางแผนและการสื่อสารกันสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับทีมงานหรือการสื่อสารกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็ตาม และการอธิบายวิธีการของกิจกรรมต้องชัดเจนและต้องเป็นภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ การวางแผนเตรียมงานที่ดีและได้ทีมงานที่รู้ใจก็จะทำให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่นได้ง่าย และเนื่องด้วยกิจกรรมนี้พูดถึงเรื่องส่วนตัวและจิตใจของบุคคล ผู้ศึกษาจึงต้องใส่ใจและสังเกตเป็นสองเท่ากว่าการเจอกันตัวต่อตัวในห้องเรียน เพราะเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนทำให้ไม่สามารถละสายตาจากกิจกรรมนี้ได้เลย

สิ่งที่สำคัญที่สุดผู้ศึกษาคิดว่าความจริงใจที่เราต้องการจะให้กิจกรรมนี้เกิดผลที่ดีกับตัวผู้เข้าร่วม และถ้าเราส่งต่อความจริงใจนี้ถึงเขา แม้จะผ่านจากจอคอมพิวเตอร์ แต่ถ้าเขาสัมผัสได้เราจะได้รับความจริงใจและความไว้ใจกลับมาถึงเราและส่งต่อถึงเพื่อนๆทุกคน ซึ่งนี่ถือว่าเป็นหัวใจหลักของการจัดกิจกรรมครั้งนี้ และกิจกรรมทางการแสดงก็สามารถจัดทำขึ้นในรูปแบบออนไลน์ได้

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสิ่งที่จะเป็นแนวทางในครั้งต่อๆไปได้คือ

1. ควรทำความรู้จักและเรียนรู้การใช้โปรแกรมออนไลน์ ต้องรู้ข้อจำกัดของการใช้โปรแกรมเพื่อการวางแผนในการทำงานให้ได้ประสิทธิภาพ

2. ถึงแม้ว่ากิจกรรมจะเน้นปฏิบัติเป็นหลัก แต่การเรียนการสอนออนไลน์ก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคจนไม่สามารถทำได้เลย ผู้สอนควรลงมือทำให้เห็นชัดเจนก่อนก็จะทำให้ผู้เรียนเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้

7. เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ. (2524). *ศิลปะการละครเบื้องต้น1-2 ตอนที่ 1.* กรุงเทพมหานคร. กระทรวงศึกษาธิการ.

กฤษณา สิกขมาน. (2554). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาการสื่อสารภาษาอังกฤษธุรกิจ โดยการใช้การสอนแบบ E-Learning.* รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการ เรียนการสอน ทุนอุดหนุนการวิจัย. มหาวิทยาลัย ศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.

ธาตรี ใต้ฟ้าพูล. (2550). *การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ*. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นพมาส แววหงส์. (2550). บรรณาธิการ. *ปริทัศน์ศิลปการละคร*. กรุงเทพมหานคร. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรัตน์ ดำรุง. (2550). *การละครสำหรับเยาวชน*. กรุงเทพมหานคร. แอคทีฟ พริ้นท์.

พรรัตน์ ดำรุง. *เอกสารประกอบการสอน –การประยุกต์ใช้ละคร เพื่อการพัฒนา*.

การศึกษาสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานเพื่อสร้างโมเดล กรอบมาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

THE STUDY OF COMPETENCIES AND PERFORMANCE CRITERIA FOR CREATING BROADCASTERS PROFESSIONAL QUALIFICATION FRAMEWORK

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรรณี งามขจรกุลกิจ
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: wannee.ng@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและกำหนดสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเพื่อสร้างโมเดลสำหรับกรอบมาตรฐานวิชาชีพตามสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) แบบเชิงปริมาณและแบบเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลด้วยวิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 34 คน ที่เป็นตัวแทนของหน่วยงานจัดอบรมผู้ประกาศฯ บุคลากรผู้ทำหน้าที่ผู้ประกาศ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ นักวิชาการ นักวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และนำคำตอบที่ได้ไปดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณโดยสร้างเครื่องมือแบบประเมินระดับความสำคัญสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Competency and Performance Criteria) ผู้ประกาศฯ เพื่อการสร้างโมเดลสำหรับเป็นกรอบมาตรฐานวิชาชีพการเป็นผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผลการสนทนากลุ่ม พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความรู้และทักษะการใช้ภาษา ทักษะการสื่อสาร การอ่านออกเสียงและอักขรวิธีที่ถูกต้อง ส่วนของทัศนคติของผู้ประกาศนั้นต้องมีความเป็นกลาง คิดบวก สร้างสรรค์สังคม และการรู้เท่าทันสื่อในฐานะคนที่ทำงานสื่อสารมวลชน

ส่วนผลวิจัยเกี่ยวกับระดับความสำคัญของสมรรถนะและเกณฑ์ปฏิบัติงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมที่มีค่าคะแนนสูง 3 อันดับ ได้แก่

1. ความสำคัญของสมรรถนะและเกณฑ์ปฏิบัติงานด้านความรู้ ด้านจริยธรรม จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ความสำคัญของสมรรถนะและเกณฑ์ปฏิบัติงานเกี่ยวกับทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร
3. ความสำคัญของสมรรถนะและเกณฑ์ปฏิบัติงานเกี่ยวกับด้านทัศนคติในการทำงานอาชีพผู้ประกาศ

คำสำคัญ: โมเดล, ผู้ประกาศฯ, สมรรถนะ, กรอบมาตรฐานวิชาชีพ

ABSTRACT

The objectives of this research are to study and identify the competencies and performance criteria for anchors working in broadcasts and to construct a model for a framework for professional standards in accordance with the identified capacity and criteria. The research employs mixed research methodology, using both quantitative and qualitative methods. The qualitative methods focus on data collection through focus group interviews with a sample population of 34 people that were chosen through purposive sampling. The sample population represents agencies involved in the training of broadcasters, hosts, moderators, academics, and other professionals involved in broadcasts. The data was then processed quantitatively by building a tool to evaluate the importance of competencies and performance criteria for broadcaster, which will then be used to create a model for a framework for professional standards in accordance with the identified capacity and criteria.

The focus group interviews found that the majority attached primary importance to morality, ethics, creativity, and social responsibility. Secondary to these were knowledge, language skills, communication skills, clear and correct pronunciation. As for the outlook of anchors, the qualities that are sought after are: neutrality, positive thinking, social creativity, and media expertise, as a professional working in the broadcasting.

As for the results regarding the importance of the competencies and performance criteria, the average scores had the following order of importance:

1. Importance of competencies and performance criteria regarding knowledge, morality, ethics, and social responsibility.

2. Importance of competencies and performance criteria regarding linguistic and communication skills.

3. Importance of competencies and performance criteria in outlook as a professional broadcasters.

Keywords: Model, Broadcaster, Competencies, Professional Qualification Framework

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การสื่อสารในยุคดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง การยึดติดกับทฤษฎีหรือแนวคิดการสื่อสารแบบเดิม ที่มีองค์ประกอบเริ่มจากผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร ส่งข่าวสาร ผ่านสื่อไปถึงผู้รับสาร และรอฟังผลสะท้อนกลับมาคงไม่จริงอีกแล้ว เนื่องจากผู้รับสารในโลกยุค Digital Disruption ล้วนมีพฤติกรรมการเสพสื่อและการสื่อสารตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเกิดแพลตฟอร์มใหม่ ๆของสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงผู้รับสารทุกวัยได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถทลายกำแพงทำลายล้างการผูกขาดของสื่อ พื้นที่สื่อแบบเดิมๆ โดยยุคนี้ทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ ผลิตเนื้อหา (Content) ลงบนพื้นที่สื่อออนไลน์ แบบฟรี ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ ดังที่มีการกล่าวว่า โลกของการสื่อสารยุคดิจิทัล ใครๆก็เป็นสื่อได้ แต่การสื่อสารไม่ใช่เรื่องของการนำเสนอที่น่าสนใจดึงความนิยม (Rating) หรือการสร้างยอด Like Share เพียงเท่านั้น อีกทั้งปัจจุบันผู้ที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกาศข่าวหรือสื่อมวลชนเท่านั้น เป็นยุคที่สื่อมีลักษณะ Personal Broadcast ใครๆก็เป็นผู้ประกาศ หรือพิธีกรได้ในหลากหลายแพลตฟอร์มโดยเฉพาะในโลกออนไลน์ ปรากฏการณ์เหล่านี้จึงเป็นเหตุก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์เชิงลบต่อสื่อในด้านมาตรฐานวิชาชีพ การพูด อ่าน ออกเสียงภาษาไทย และการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามอักขรวิธีที่ปรากฏเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของจริยธรรม

จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการกำหนดมาตรฐานการทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อเป็นกรอบแนวปฏิบัติการเข้าสู่วิชาชีพการเป็นผู้ประกาศฯ ที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้น เรื่องของมาตรฐานความเป็นสื่อมืออาชีพยังคงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากโดยเฉพาะวิชาชีพที่ส่งผลต่อประเทศ สังคมส่วนรวม คือ อาชีพผู้ประกาศ เป็นกลุ่มสาขาวิชาชีพที่ควรได้รับการรับรองมาตรฐานและคุณวุฒิวิชาชีพ นอกจากการได้รับบัตรผู้ประกาศ ซึ่งก็ยังเป็นคำถามในใจผู้ประกาศทั้งหลายว่าบัตรผู้ประกาศที่ได้รับมานั้นมีศักดิ์และสิทธิเหมือนอย่างวิชาชีพแพทย์ สถาปนิก พยาบาล ครู นักบัญชี ที่มีการรับรองโดยสภาวิชาชีพอย่างไรบ้าง

จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของผู้ประกาศ แต่ยังขาดการสร้างกรอบมาตรฐานวิชาชีพให้ผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นอาชีพที่มีการรับรองตามคุณวุฒิวิชาชีพ เพื่อเป็นกรอบแนวปฏิบัติการเข้าสู่วิชาชีพการเป็นผู้ประกาศอย่างมีศักยภาพและคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาชีพ เป็นการแสดงถึงความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้มาตรฐานระดับชาติหรือนานาชาติ มีเกณฑ์การไต่ระดับตามมาตรฐานอาชีพเพื่อเส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพ มีความมั่นใจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพราะเห็นคุณค่าของการทำงาน รักในอาชีพ ในงานที่ทำ สร้างเกียรติภูมิ และภาคภูมิใจในวิชาชีพ ความมีศักดิ์และสิทธิของผู้ที่ทำงานอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ นอกเหนือจากการมีบัตรผู้ประกาศฯ อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาและกำหนดสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(2) เพื่อสร้างโมเดลสำหรับเป็นกรอบมาตรฐานวิชาชีพของการเป็นผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

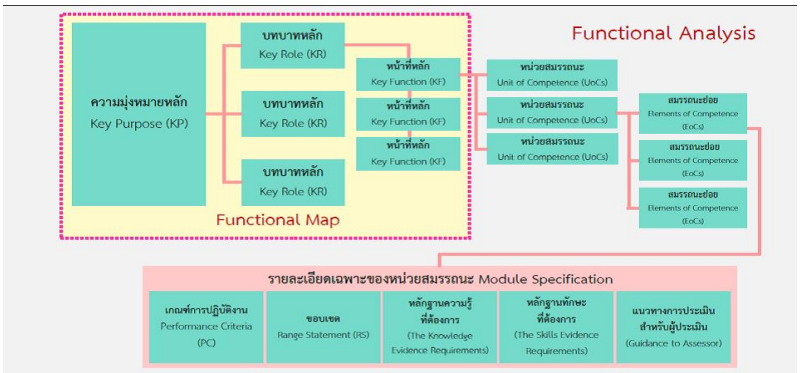
แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มโลกด้านสื่อสารมวลชน ทำให้เห็นการสื่อสารที่เปลี่ยนไปเนื่องจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร ก่อเกิดสื่อใหม่ (New Media) คือสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเอง และมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ สื่อกับผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กัน (Interactivity) เป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายสารไปสู่กลุ่มหมู่มาก (One-to-Many) แต่สื่อใหม่นั้นผู้ส่งสารไม่จำเป็นต้องเป็นผู้สื่อสารระดับมืออาชีพที่มีอำนาจ และสิทธิในการส่งสารแบบนักสื่อสารมวลชน แต่เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปเท่านั้น หรือสื่อสารกระจายสารจากกลุ่มคนไปยังกลุ่มอื่น (Many-to-Many) ที่เรียกว่าระบบเครือข่าย (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2556: 67-71)

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ยิ่งมองเห็นสถานการณ์ที่ตรงกับความจริงที่ว่า ใครๆก็เป็นสื่อได้ กล่าวคือการเกิดปรากฏการณ์ที่ผู้รับสารทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาได้ (User-generated content- UGC) ซึ่งการที่ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนสถานะมาเป็นผู้ส่งสารได้นั้น อาจจะก่อให้เกิดปัญหาอื่นๆตาม เช่น การขาดบรรณาธิการซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gate-keeper) ที่คอยตกแต่งต้นฉบับ ปรับภาษาเขียนให้สละสลวย ตรวจแก้ไขคำผิด

รวมทั้งกลั่นกรอง ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา จึงส่งผลต่อคุณภาพและมาตรฐานของการทำหน้าที่ในบทบาทของสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556: 41) ดังนั้น จึงต้องกลับมาให้ความสำคัญการทำหน้าที่ของบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ผู้ประกาศ" ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงการใช้สื่อดิจิทัลในการทำหน้าที่ด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการเขียนมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ

การจัดทำมาตรฐานอาชีพโดยใช้เทคนิควิเคราะห์หน้าที่ (Functional Analysis) เป็นการวิเคราะห์อาชีพจากการระดมสมองของบุคลากรในกลุ่มอาชีพ เพื่อกำหนดขอบเขตหน้าที่และเนื้องาน (Work content) โดยเริ่มต้นสร้างแผนภาพการจัดทำมาตรฐานอาชีพโดยใช้หน้าที่งาน (Functional Map) (พรภัทรา ฉิมพลอย, 2561: 33)



แผนภาพที่ 1 การจัดทำมาตรฐานอาชีพโดยใช้หน้าที่งาน (Functional Map)

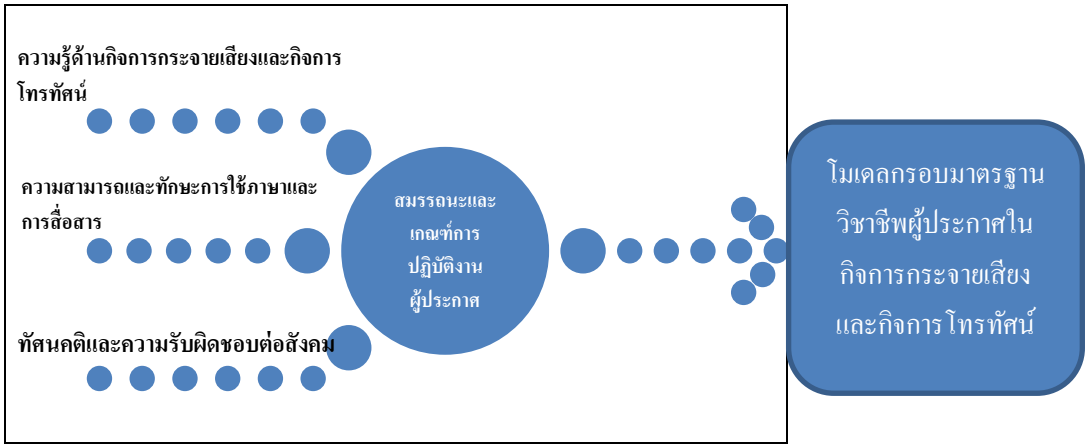
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปรากฏงานวิจัยเรื่อง สมรรถนะของผู้ประกาศในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของสุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย (2562: 181) และงานวิจัยเรื่องดัชนีชี้วัดความเป็นวิชาชีพของผู้ประกาศไทย ของสุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย ชเนตตี ทินนาม และ ต่อตระกูล อุบลวัตร (2559: 12) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ดัชนีชี้วัดความเป็นวิชาชีพของผู้ประกาศไทย แบ่งออกเป็น 5 ด้าน 43 ดัชนีชี้วัด พบว่าดัชนีชี้วัดความเป็นวิชาชีพของผู้ประกาศไทยที่มีระดับความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในระดับสูงมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 ดัชนี ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.88 จากคะแนนเต็ม 5.00 เท่ากัน 2 ดัชนี คือ 1) ความสามารถในการอ่านภาษาไทยได้อย่างแตกฉาน และ 2) สามารถออกเสียงควบกล้ำได้ ส่วนค่าเฉลี่ยสูงที่รองลงมา คือ 4.82 จากคะแนนเต็ม 5.00 เท่ากัน 3 ดัชนี คือ 1) สามารถออกเสียงวรรณยุกต์ได้ถูกต้อง 2) สามารถอ่าน ตีความ และจับประเด็นสำคัญของเรื่องที่นำเสนอได้อย่างถูกต้องในระยะเวลาอันสั้น และ 3) มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีไหวพริบดี กล้าตัดสินใจกับเหตุการณ์เฉพาะหน้า

จากการศึกษาทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องนี้ สามารถนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม การจัดกลุ่มสมรรถนะของผู้ประกาศเพื่อใช้ในการกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญของอาชีพผู้ประกาศและจากการศึกษาเรื่องกรอบมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ และแนวทางการกำหนดสมรรถนะหลัก สมรรถนะย่อย เพื่อใช้ในการเขียนและการกำหนดแนวการดำเนินการเพื่อสร้างโมเดลกรอบมาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งนำมาสร้างสมรรถนะและเกณฑ์การประเมินมาตรฐานอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ซึ่งนำมาใช้กำหนดสมรรถนะหลักและสมรรถนะย่อยอีกด้วย โดยสรุปสามารถจัดอาชีพของผู้ประกาศ

ตามกลุ่มสาขาวิชาชีพเป็น 3 อาชีพ ดังนี้ 1. อาชีพผู้ประกาศข่าวหลัก (News anchor) 2. อาชีพผู้นำเสนอข่าว (News presenter/ News reader) และ 3. อาชีพผู้รายงานข่าว (News reporter)

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกาศ และเกณฑ์แนวทางการประเมินระดับความสำคัญของสมรรถนะอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ นักวิชาการ นักวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกาศในสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ นักวิชาการ นักวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หน่วยงานจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกาศฯที่ลงนามความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 34 คนเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ในกลุ่มอาชีพผู้ประกาศในสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ นักวิชาการ นักวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หน่วยงานจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกาศฯ จำนวน 250 คนเพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงาน

4.3 เครื่องมือวิจัย

1. กำหนดประเด็นคำถามสมรรถนะของผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 คำถามหลัก

2. นำคำตอบและประเด็นที่ได้รับจากการสนทนากลุ่มมารวบรวมเป็นสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Competency and Performance Criteria)

3. สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Competency and Performance Criteria) ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับแบบ Likert scale เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละสมรรถนะและให้ข้อเสนอแนะ

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Competency and Performance Criteria)

ผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ใช้การจัดสนทนากลุ่ม ((Focus Group Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในสายงานอาชีพผู้ประกาศ เพื่อกำหนดขอบเขตหน้าที่และเนื้องานในการได้มาซึ่งการสร้างแผนภาพหน้าที่งาน (Functional Map) โดยจัดแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วยรายชื่อของหน่วยงานจัดอบรม นักวิชาการ นักวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์โดยมีผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม และผู้บันทึกจากฟังและการสังเกตการณ์ในแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 คำถาม โดยใช้เวลาประมาณ 90 นาที ส่วนการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยอาศัยแบบสอบถามใช้การแจกให้กลุ่มตัวอย่างตามหน่วยงานจัดอบรมผู้ประกาศฯ สถาบันการศึกษา และองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

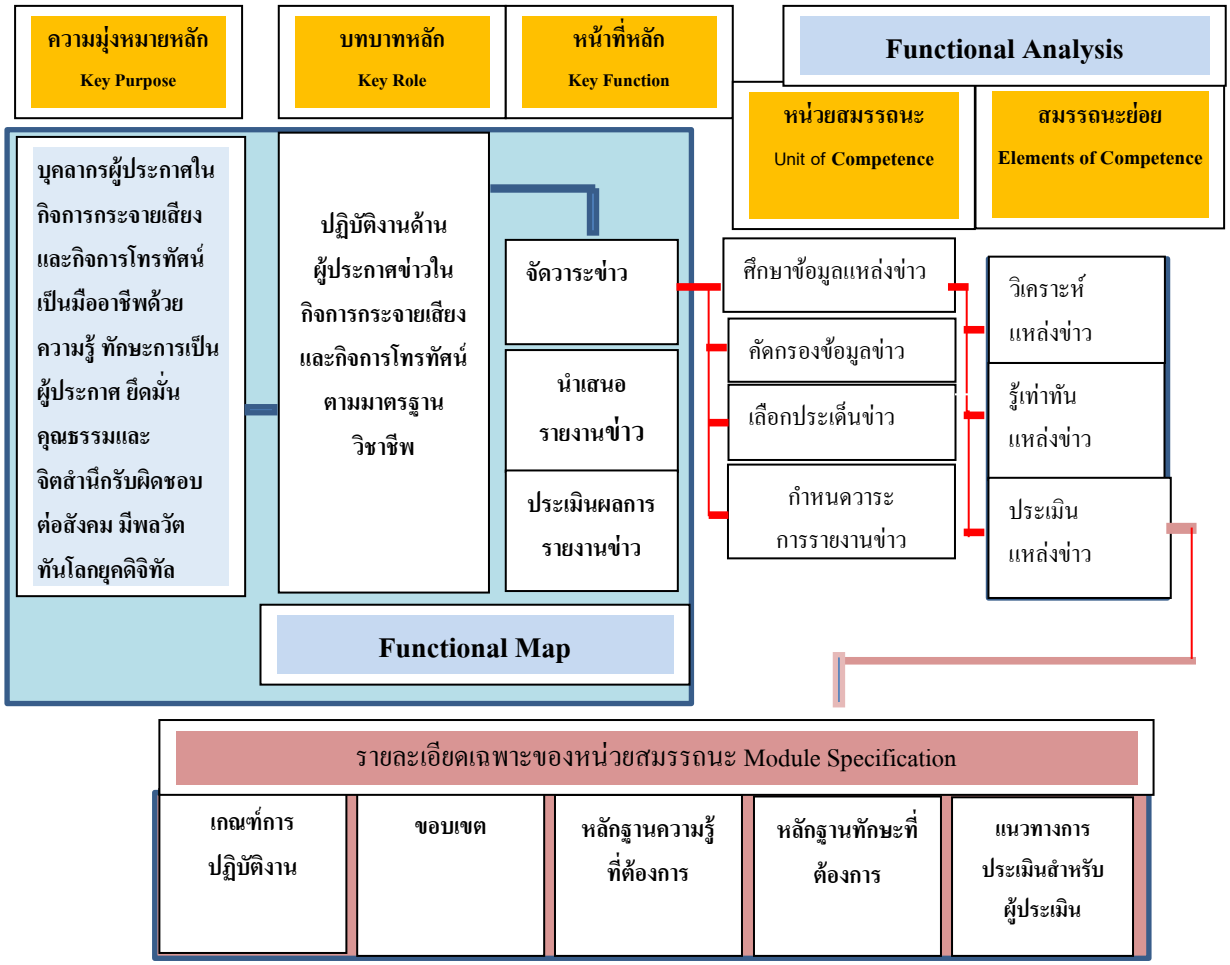
ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความหมายเนื้อหาที่ได้รับจากกลุ่มสนทนาเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตหน้าที่และเนื้องานในการได้มาซึ่งการสร้างแผนภาพหน้าที่งาน (Functional Map) ส่วนความคิดเห็นที่เป็นเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย มาวิเคราะห์ และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสร้างเป็นแผนภาพหน้าที่งานและร่างโมเดลกรอบมาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศฯ

5. ผลการวิจัย

ผลวิจัยจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)

ผลวิจัย พบว่าส่วนใหญ่ผู้ร่วมสนทนากลุ่มให้ความสำคัญเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ความคิดสร้างสรรค์ เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความรู้และทักษะการใช้ภาษา ทักษะการสื่อสาร การอ่านออกเสียงและอักขรวิธีที่ถูกต้อง รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับคำราชาศัพท์ ความรอบรู้เกี่ยวกับพิธีการต่างๆ สามารถการสรุปจับใจความจากที่ฟังได้ ประมวลนำเสนอได้ ความสามารถด้านภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน การพัฒนาตัวเอง เรียนรู้ตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ความสามารถการค้นคว้าหาข้อมูล ความรู้รอบตัว เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล การเขียนข่าว การสื่อข่าว กฎหมาย การแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินเฉพาะหน้า บุคลิกภาพ มารยาทในสังคม วัฒนธรรมไทย ส่วนของทัศนคติของผู้ประกาศนั้นต้องมีความเป็นกลาง คิดบวก สร้างสรรค์สังคม และการรู้เท่าทันสื่อในฐานะคนที่ทำงานสื่อสารมวลชน

จากผลการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณนำมาใช้เพื่อการสร้างโมเดลกรอบมาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ 3 FUNCTIONAL MAP AND FUNCTIONAL ANALYSIS

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
บุคลากรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นมืออาชีพด้วยความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกาศ ยึดมั่นคุณธรรมและจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม มีพลวัตทันโลกยุคดิจิทัล	01	ปฏิบัติงานด้านผู้ประกาศข่าวในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามมาตรฐานวิชาชีพ	011	จัดวาระข่าว
			012	นำเสนอรายงานข่าว
			013	ประเมินผลการรายงานข่าว

คำอธิบาย : ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

หน้าที่หลัก Key Function		**หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence**		**หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence**	
รหัส	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**
011	จัดวาระข่าว	01101	ศึกษาข้อมูลแหล่งข่าว	0110101	ค้นหาแหล่งข่าว
				0110102	วิเคราะห์แหล่งข่าว
				0110103	ประเมินแหล่งข่าว
				0110104	รู้เท่าทันแหล่งข่าว
		01102	คัดกรองข้อมูลข่าว	0110201	รวบรวมข้อมูลข่าว
				0110202	ตรวจสอบข้อมูลข่าว
				0110203	ประเมินข้อมูลข่าว
				0110204	ประเมินความเสี่ยง
		01103	เลือกประเด็นข่าว	0110301	กำหนดประเด็นข่าว
				0110302	คัดสรรประเด็นข่าว
				0110303	เปรียบเทียบประเด็นข่าว
		01104	กำหนดวาระการรายงานข่าว	0110401	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
				0110402	วิเคราะห์ผลกระทบ
				0110403	จัดเรียงความสำคัญ
				0110404	กำหนดลำดับการรายงานอ่านข่าว
012	นำเสนอรายงานข่าว	01201	บริหารจัดการรายงานข่าว	0120101	จัดการทรัพยากรในการรายงานข่าว (คน เวลา งบประมาณ)
				0120102	จัดการสถานการณ์
				0120103	จัดการบุคลิกภาพ อารมณ์ ความรู้สึก
				0120104	จัดการความรู้ด้านข่าวและผู้ประกาศ
		01202	ถ่ายทอดข่าวสาร	0120201	อ่านข่าวตามบท
				0120202	เขียนข่าวตามหลัก
				0120203	สัมภาษณ์บุคคลในข่าวหรือแขกรับเชิญ
				0120204	วิเคราะห์ อภิปรายหัวข้อข่าว
				0120205	จับประเด็นและเชื่อมโยงนำเสนอข่าว
				0120206	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอรายงานข่าว
		01203	จัดการภาวะวิกฤต	0120301	วิเคราะห์สถานการณ์/ปัญหา
				0120302	ประเมินระดับความรุนแรงของสถานการณ์/ปัญหา
				0120303	กำหนดกลยุทธ์และกลวิธีจัดการ
				0120304	ดำเนินการตามแผน
				0120305	ประเมินผลหลังจัดการภาวะวิกฤต
				0120306	แลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการภาวะวิกฤต

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
013	ประเมินผลการรายงานข่าว	01301	กำหนดโจทย์และขอบเขตการประเมินผล	0130101	กำหนดประเด็นประเมินผล
				0130102	กำหนดวัตถุประสงค์การประเมินผล
				0130103	ขอบเขตของการประเมินผล
		01302	ออกแบบการประเมินผล	0130201	กำหนดแบบวิจัย
				0130202	กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
				0130203	กำหนดเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง
				0130204	สร้างและทดสอบเครื่องมือ
				0130205	ประเมินผล
		01303	ดำเนินตามกระบวนการประเมินผล	0130301	เก็บรวบรวมข้อมูล
				0130302	ประมวลผลข้อมูล
				0130303	วิเคราะห์ข้อมูล
		01304	นำเสนอผลและแนวทางในอนาคต	0130401	อภิปรายผล
				0130402	สรุปผลประเมิน
				0130403	เสนอแนวทางในอนาคต
				0130404	เผยแพร่ผลประเมิน

6. อภิปรายผล

ผลวิจัยด้านสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานอาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีดัชนีชี้วัดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ คือ เรื่องความรู้และทักษะการใช้ภาษา ทักษะการสื่อสาร การอ่านออกเสียงและอักขรวิธีที่ถูกต้อง รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับคำราชาศัพท์ ความรอบรู้เกี่ยวกับพิธีการต่างๆ สามารถการสรุปจับใจความจากที่ฟังได้ ประมวลนำเสนอได้ ความสามารถด้านภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนที่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณสมบัติที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกาศของจิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ และงานวิจัยของสุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย เรื่องสมรรถนะของผู้ประกาศในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และงานวิจัยเรื่องดัชนีชี้วัดความเป็นวิชาชีพของผู้ประกาศไทย ของสุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย ชเนตตี ทินนาม และต่อตระกูล อุบลวัตร (2559: 12) รวมถึงการให้ความสำคัญเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาตัวเอง เรียนรู้ตลอดเวลา ทั้งความรู้ด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล การเขียนข่าว การสื่อข่าว กฎหมาย การแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินเฉพาะหน้า การพัฒนาบุคลิกภาพ มารยาทการอยู่ด้วยกันในสังคม มารยาทวัฒนธรรมไทย ส่วนของทัศนคติของผู้ประกาศนั้นต้องมีความเป็นกลาง คิดบวก สร้างสรรค์สังคม และการรู้เท่าทันสื่อในฐานะคนที่ทำงานสื่อสารมวลชน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรนำแนวดำเนินการจากโมเดลกรอบมาตรฐานวิชาชีพของการเป็นผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในงานวิจัยนี้พัฒนาต่อยอดสู่การปฏิบัติ โดยสร้างความร่วมมือกับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ

(องค์การมหาชน) เพื่อสามารถนำไปใช้ได้จริงในการกำหนดคุณวุฒิและค่าตอบแทนใน 8 ระดับตามคุณวุฒิวิชาชีพ เพื่อพัฒนามาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศให้เห็นรูปธรรมอย่างกว้างขวาง

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อาทิ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ นักวิเคราะห์ข่าว นักเล่าข่าว ดีเจ เป็นต้น

(2) การวิจัยเกี่ยวกับดัชนีชี้วัดสมรรถนะของบุคลากรในกิจการสื่อสารออนไลน์

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ สำนักกำกับผังและเนื้อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กสทช. สำหรับทุนสนับสนุนและความอนุเคราะห์ต่างๆ

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา.* กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ. (2562). *สู่เส้นทางผู้ประกาศ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก: https//www.stou.ac.th.

สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย ชเนตตี ทินนาม และ ต่อตระกูล อุบลวัตร. (2559). *ดัชนีชี้วัดความเป็นวิชาชีพของผู้ประกาศไทย.* วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 11(พิเศษ), 11-17.

สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย. (2562). สมรรถนะของผู้ประกาศในสื่อวิทยุและโทรทัศน์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.* 13(1), 180-200.

พรภัทรา ฉิมพลอย. (2561). *มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพกับการนำไปใช้ประโยชน์.* เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการ ระบบคุณวุฒิวิชาชีพเพื่อการพัฒนาสมรรถนะสู่การทำงานในศตวรรษที่ 21, วันที่ 20 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรมเซ็นจูรี่ พาร์ค กรุงเทพฯ, 1-94.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2556). *ตำราอบรมหลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับสูง.* กรุงเทพมหานคร: ส เจริญ การพิมพ์.

องค์ประกอบของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย

THE COMPOSITION OF COMMERCIAL THEATER IN THAILAND

ดร.สุชาญวุฒิ กิ่งแก้ว

สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Suchanwud.ki@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาองค์ประกอบของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2560 ในประเด็น โครงเรื่อง, ตัวละคร, แก่นเรื่อง, บทสนทนา, เพลงและดนตรี , ภาพ โดยศึกษาบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย จำนวน 6 บริษัท แบ่งเป็นทีมบริหาร 6 คน, ทีมผลิต 31 คน และผู้ชม 70 คน

พบว่า 4 ใน 6 บริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ โครงเรื่อง ร้อยละ 66.67 เป็นละครประเภท ละครชีวิต (Drama) นำเสนอเรื่องราวชีวิตของคนไทยในอดีต พบว่า ตัวละครของเรื่องที่ได้รับความนิยมสูงของทุกบริษัทเป็นตัวละครหลายมิติและเป็นตัวละครแบบพลวัต พบว่า แก่นเรื่องของละครที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดของทุกบริษัท นำเสนอสัจธรรมของสรรพสิ่งที่ไม่เที่ยงแท้ พบว่า บทสนทนา ต้องเข้าใจง่าย คำศัพท์ไม่ซับซ้อน เน้นการสื่อสารตรงประเด็น เพลงและดนตรีประกอบละคร ทำหน้าที่ ดำเนินเรื่อง ภาพ บนเวทีต้องสมจริง ทว่าฉากของทุกบริษัทเน้นสร้างความตื่นตาตื่นใจแต่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ตามบริบทของบทละคร

คำสำคัญ: ละครเวทีเชิงพาณิชย์, องค์ประกอบของละคร

ABSTRACT

The composition of commercial theater, namely plot, character, thought, dialogue, song & music, and spectacle. With regard to the plot, four out of six of the companies (66.67%) produced historic dramas of Thailand's past. It was found that the most popular characters were of a well - rounded type and Dynamic Character. In addition, in all companies, the essence of the plays that were most popular introduced the truth notion that all things are not certain. It was suggested that the plays carried simple dialogues and vocabulary, focusing on direct communication straight to the point, while music was used to tell the story. It was suggested that stage scenes must be made as real as possible; however, all companies focused on excitement with the symbolic meaning based on the context of the script.

Keywords: Commercial Theater, The composition of commercial theater

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การแสดงละครผูกพันกับคนไทยมายาวนาน ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ครั้นรัชกาลที่ 4 ถึงรัชกาลที่ 6 ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากตะวันตก ไม่เว้นแม้แต่การแสดงละคร การละครในประเทศไทยจึงได้รับการสนับสนุนจากพระมหากษัตริย์ไทยอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเกิด “ละครเวที” ขึ้นหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม เกิดการประดิษฐ์เครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อภาพยนตร์ ดังนั้น สื่อละครจึงถูกแบ่งตามช่องทางการสื่อสารหรือช่องทางการนำเสนอมีการเรียกละครที่ถ่ายทอดผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ว่า “ละครโทรทัศน์” เรียกละครที่นำเสนอในโรงภาพยนตร์ว่า “ภาพยนตร์” และเรียกละครที่แสดงสดบนเวทีว่า “ละครเวที” ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มหรสพรูปแบบอื่นๆ ไม่สามารถจัดแสดงได้ เมื่อศาลาเฉลิมกรุงเปิดทำการ การแสดงรูปแบบละครเวทีจึงถูกนำมาแสดงที่ศาลาเฉลิมกรุงมีผลทำให้การแสดงละครเวทีได้รับความนิยมจากสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง (ฐนธัช กองทอง, 2560, น. 2)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2510 การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเริ่มมีการเปิดภาควิชาที่ศึกษาศิลปะการละครขึ้น โดยเริ่มจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่คณะอักษรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ เมื่อทั้งสองสถาบันหลักเริ่มเปิดการเรียนการสอนในสาขาวิชาการละคร สถาบันการศึกษาอีกหลายแห่งก็เริ่มเปิดหลักสูตรเช่นกัน จากปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นผลทำให้ละครเวทีแพร่หลายในหมู่นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัย ละครเวทีจึงเป็นเครื่องมือในการเสนอความคิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมตระหนักถึงปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นของเหล่าปัญญาชน

หลังจากที่นิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาในศาสตร์ศิลปะการละคร จบการศึกษาจากสถาบันต่างๆ เกิดปรากฏการณ์การรวมตัวกันเป็นคณะละครและบริษัทผลิตละคร เพื่อสร้างงานละครเวทีในรูปแบบเชิงธุรกิจ ทำให้อาชีพทำละครกลับมาอีกครั้ง เศรษฐ์สิริ นิรันดร ได้กล่าวเกี่ยวกับประเด็นการทำละครอาชีพ ไว้ว่า “ในยุคนั้นถึงแม้ละครเวทีเป็นงานศิลปะที่มีรายจ่ายสูง แต่ก็ยังมีความเป็นไปได้ รูปแบบละครอาชีพจึงกลับมาอีกครั้ง มีการจ่ายค่าตัวนักแสดงมากบ้างน้อยบ้าง ตามกำไรที่ได้รับ มีการนำระบบสปอนเซอร์เข้ามาสู่วงการ และทำให้ผู้ทำละครเวทีได้ค้นพบลักษณะเรื่องราวและรูปแบบการนำเสนอที่ถูกใจผู้ชมและเพื่อให้ศิลปะการละคร กลายเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยของผู้ชม รวมทั้งเกิดกลุ่มละครต่างๆ ขึ้นมากมาย” (เศรษฐ์สิริ นิรันดร, 2562, น. 18)

และเมื่อผู้วิจัยพิจารณาละครเวทีเชิงพาณิชย์ ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า ละครเวทีเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพียง 6 บริษัท เมื่อเทียบกับละครเวทีที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่มีการจัดตั้งกว่า 30 คณะ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นย้อนแย้งกับการจัดแสดงละครเวทีในประเทศไทยที่มีมากขึ้น นอกจากนี้ ละครเวทีมีพัฒนาการในสร้างสรรค์ รูปแบบและวิธีการนำเสนอที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมในบริบทสังคมไทยได้ดีขึ้น แสดงให้เห็นว่า การจัดตั้งและบริหารงานในรูปแบบบริษัทถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญในวงการละครเวทีไทย ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาองค์ประกอบละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย อันจะเป็นคุณประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาละครเวทีไทยเชิงพาณิชย์ในบริบทสังคมไทยต่อไป.

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบละครเวทีไทยเชิงพาณิชย์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

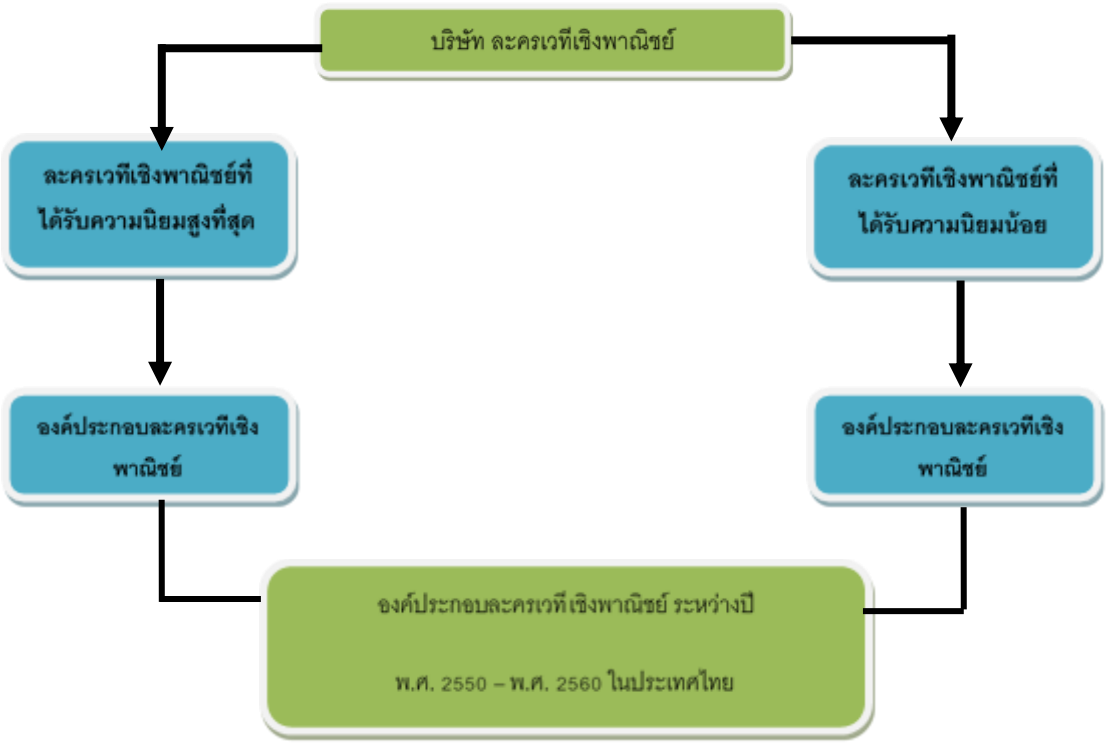
3.1 ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่ผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2560 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 บริษัท ได้แก่ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด, บริษัท โต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด, บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด, บริษัทอินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน), บริษัท คอมมาดี้ ไลน์ จำกัด และ บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด

ประชากร ประกอบด้วย 1.ผู้บริหารบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ 6 คน, คณะทำงานผู้สร้างสรรค์ละครเวทีของแต่ละบริษัท ได้แก่ ผู้กำกับ, ผู้เขียนบท, ผู้ออกแบบฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, ผู้ออกแบบไฟ, ผู้ออกแบบเสื้อผ้า จำนวน 31 คน และ ผู้ชมด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Accidental Sampling or Convenience Sampling) เพื่อศึกษาทัศนะของผู้ชมที่มีต่อละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย จำนวน 70 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกผลงานละครเวทีที่มีผู้ชมสูงที่สุดจำนวน 1 เรื่อง และ ผลงานละครเวทีที่มีผู้ชมน้อยที่สุดจำนวน 1 เรื่อง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 12 เรื่อง

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการจัดการของคณะละครเวทีไทยเป็นงานวิจัยที่ใช้แนวความคิดทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

องค์ประกอบละคร หมายถึง ภาพรวมในการผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ ที่ประกอบด้วย 1. โครงเรื่อง (Plot) 2.ตัวละคร(Character) 3.แก่นเรื่อง (Thought) 4.บทสนทนา (Dialogue) 5.เพลงและดนตรี (Song & Music) และ 6.ภาพ (Spectacle)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกร่วมกับการศึกษาจากเอกสารประเภทต่างๆ โดยแบ่งวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยแบบสัมภาษณ์ต้องผ่านการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษา 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านละครเวที 1 ท่าน

2. แบบสอบถาม แบบ Rating Scale (แบบประมาณค่า)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้คำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง เครื่องมือได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ แบบสอบถาม แบบ Rating Scale (แบบประมาณค่า) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

6. ผลการวิจัย

1. โครงเรื่อง (Plot) พบว่า โครงเรื่องของเรื่องที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของแต่ละบริษัทมีความหลากหลาย พบว่า 2 ใน 6 บริษัท (บริษัทคอมมาดี้ ไลน์ จำกัด และ บริษัทอินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด(มหาชน) คิดเป็น ร้อยละ 33.32) โครงเรื่องคล้ายกัน กล่าวคือ โครงเรื่องกำหนดให้เกิดเหตุการณ์พิเศษทำให้ตัวละครย้อนกลับไปในอดีต ตัวละครได้พบเหตุการณ์ไม่คาดคิดจากการย้อนอดีต จนได้เรียนรู้จากเหตุการณ์ที่ได้พบเมื่อกลับมาในช่วงเวลาปัจจุบัน ตัวละครเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น อาทิ โรมิโอกับอีเรียม อุบัติเหตุรัก ขณะที่อีก 2 ใน 6 บริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัทซีเนริโอ จำกัด และบริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 33.32) โครงเรื่องกำหนดให้ชีวิตของตัวละครพลิกผันเข้าไปอยู่ในพระราชวัง ตัวละครพบเหตุการณ์ที่ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนินชีวิต แต่แล้วต้องออกมาใช้ชีวิตนอกพระราชวังเพราะต้องแต่งงานมีครอบครัว ตัวละครต้องประสบปัญหาครอบครัวและการเปลี่ยนแปลงของบ้านเมืองและสังคมจนกระทั่งตัวละครเสียชีวิต อาทิ ละครเรื่อง สี่แผ่นดิน เดอะ มิวสิคัล นอกจากนี้พบว่า 1 บริษัท (บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.66) โครงเรื่องเกี่ยวกับความรักของหนุ่มสาว ที่มีความต่างกันทางฐานะแม่สามีกีดกัน กลั่นแกล้งจนฝ่ายหญิงตาย สุดท้ายความรักของหนุ่มสาวไม่สมหวัง คล้ายกับอีก 1 บริษัท (บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.66) เป็นโครงเรื่องเกี่ยวกับความรักของหนุ่มสาว ต่างฐานะจึงทำให้ครอบครัวกีดกัน แต่สุดท้ายความรักของหนุ่มสาวลงเอยกันด้วยดี จากโครงเรื่องทั้ง 6 โครงเรื่อง ผู้วิจัยพบว่า 4 ใน 6 โครงเรื่อง ได้แก่ สี่ แผ่นดิน เดอะมิวสิคัล, โหมโรง เดอะมิวสิคัล, แม่นาค เดอะมิวสิคัล, รอยดุริยางค์ เดอะมิวสคัล เป็นละครประเภท ละครชีวิต (Drama) และนำเสนอเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงวิถีชีวิตของคนไทยในอดีต สะท้อนให้เห็นว่า คนไทยอาจต้องการหลีกหนีชีวิตที่จำเจ ต้องการโหยหาภาพความสุขในอดีต หรืออยากเห็นภาพศิลปวัฒนธรรมที่ไม่สามารถเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งความสุขเหล่านั้นผู้ชมอาจพบได้จากชมละครเวที

เนื้อเรื่องที่เกี่ยวกับอดีต หรือเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทย และเป็นที่น่าสังเกตว่า สภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันมีสภาวะความตึงเครียด แต่ผู้ชมไทยยังนิยมเสพละครที่มีเนื้อหาเข้มข้น เฉกเช่น ละครชีวิต (Drama) ในขณะที่ อีก 2 เรื่อง ได้แก่ โรมิโอกับอีเรียม อุบัติเหตุรัก และ หนึ่งในดวงใจ เดอะมิวสิคัล เป็นละครตลก (Comedy) ซึ่งน่าจะสามารถสร้างอรรถรสให้เกิดกับผู้ชมคนไทยได้โดยง่าย นอกจากนี้ยังพบว่า โครงเรื่องมีลักษณะเป็นเหตุ เป็นผล เข้าใจได้ และสามารถเชื่อโยงระหว่างเรื่องกับผู้ชมได้ โครงเรื่องในช่วงเริ่มต้น ตัวละครหลักของทุกเรื่องจะมีความขัดแย้งกับบุคคลในครอบครัว เช่น ศร ในเรื่องรอยดุริยางค์ เดอะมิวสิคัล ที่มีความขัดแย้งกับพ่อของตนเอง, โรมิโอ ในเรื่องโรมิโอกับอีกเรียม อุบัติเหตุรัก มีความขัดแย้งกับพ่อและแม่, แม่นาค เดอะมิวสิคัล มีความขัดแย้งกับแม่ของสามี เป็นต้น จนนำทำให้ชีวิตของตัวละคร พลิกผันได้พบกับเหตุการณ์ที่ตนเองต้องเผชิญหน้าและต้องตัดสินใจ ที่สำคัญ โครงเรื่องเน้นการการเปิดตัวละครช่วงแรกที่น่าสนใจ ในส่วนปมปัญหาของทุกเรื่องมีความชัดเจน เข้าใจง่าย จุดวิกฤต สามารถสร้างความรู้สึกตื่นเต้น และเหตุการณ์คลี่คลายที่ผู้ชมเข้าใจง่าย บทสรุปหรือจุดจบของเรื่องจบแบบมีความสุข และไม่ทิ้งประเด็นต่อเนื่องให้กับผู้ชม

พบว่า โครงเรื่องของเรื่องที่ได้รับความนิยมน้อยของทุกบริษัท มีความแตกต่างกัน อาทิ ละครเรื่อง เพลงรักสามฤดู เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรักที่ไม่สมหวังของทหารไทยกับผู้หญิงเกาหลี, ละครเรื่อง ว้าวุ่น เป็นเรื่องราวการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยของกลุ่มนิสิต สถาปัตย์ จุฬา และ ละครเรื่อง สุดสาคร เดอะ นิว แอดแวนเจอร์ เป็นเรื่องราวของเด็กชายที่ต้องการกอบกู้โลก พบว่า โครงเรื่องส่วนใหญ่ ไม่สามารถสร้างความเชื่อให้เกิดกับผู้ชม และไม่สามารถทำให้ผู้ชมเชื่อมโยงกับเรื่องได้ ปมปัญหาของทุกเรื่องไม่ชัดเจน คลุมเครือ จุดวิกฤตของเรื่องส่วนใหญ่ตื่นเต้นแต่จุดคลี่คลายมักทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจที่มาที่ไป หรือ ไม่สมเหตุสมผล ทุกเรื่องจบแบบมีความสุข แต่ทิ้งประเด็นต่อเนื่องให้กับผู้ชม อาทิ ในตอนจบของวัยอะเฟร่ด ทิ้งประเด็นให้ผู้ชมคิดต่อว่า ทำอย่างไรคนในสังคมที่มีความแตกต่างกันจึงสามารถอยู่กันได้อย่างมีความสุข, เรื่องเพลงรักสามฤดู ทิ้งประเด็นให้ผู้ชมคิดต่อว่า ทำอย่างไรความเหลื่อมล้ำในสังคมจึงหมดไป นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า โครงเรื่องทุกเรื่องถูกแต่งขึ้นใหม่ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ชมไทยอาจไม่เชื่อมั่นในโครงเรื่องที่ถูกแต่งขึ้นใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับเรื่องที่เป็นที่รู้จัก หรือ เคยผลิตในสื่อต่างๆ มาก่อน นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายของละครแต่ละเรื่องเน้นเฉพาะกลุ่ม อาทิ ละครเรื่อง ว้าวุ่น เน้นผู้ชมที่เป็นนิสิต จุฬา, ละคร เรื่อง สุดสาคร เน้น กลุ่มเด็ก เป็นผลทำให้เกิดการจำกัดผู้ชมในวงแคบ จึงมีผลทำให้ละครไม่ประสบความสำเร็จ

2. ตัวละคร (Character) พบว่า 4 ใน 6 บทละครของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด (บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด, บริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด, บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และบริษัท คอมมาดี้ ไลน์ คิดเป็น ร้อยละ 66.66) ตัวละครหลักเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น รูปร่างดี หน้าตาดี มีความสามารถพิเศษ อาทิ ศร ในเรื่องโหมโรง มีความสามารถเรื่องการตีระนาด ตัวละครมีความคิดเป็นของตนเอง มีความมุ่งมั่นสูง และมีความขัดแย้งกับครอบครัว สุดท้าย สามารถเอาชนะกับอุปสรรค และได้เรียนรู้จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จนสามารถปรับปรุงตัวให้ดียิ่งขึ้นได้ ในขณะที่อีก 2 บริษัท (บริษัทซีเนริโอ จำกัด และ บริษัทดรีมบอกซ์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 33.33) เป็นตัวละครเพศหญิง มีความงามพร้อม ทั้งรูปร่าง หน้าตา และฐานะ แต่ต้องอยู่ภายใต้อำนาจของคนที่มีสถานะสูงกว่า เช่น แม่สามี และ พี่สาวต่างมารดา หากวิเคราะห์ถึงความปรารถนาสูงสุดในชีวิตตัวละคร พบว่า 4 ใน 6 บทละครเวทีของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด (บริษัทซีเนริโอ จำกัด, บริษัทดรีมบอกซ์ จำกัด, บริษัทเจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด และบริษัท คอมมาดี้ ไลน์ คิดเป็น ร้อยละ 66.66) ความปรารถนาสูงสุดของตัวละคร คือ การมีครอบครัวที่สมบูรณ์ ในขณะที่อีก 2 บริษัท (บริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด และ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ

จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 33.33) พบว่า ความปรารถนาสูงสุดของตัวละครหลัก คือ การเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม ได้แก่ ตัวละคร ศร จากเรื่อง โหมโรง เดอะมิวสิคัล และ ไมค์ จากเรื่อง รอยดุริยางค์ เดอะ มิวสิคัล ทว่า หากวิเคราะห์ตัวละครต้านที่คอยขัดขวางความปรารถนาสูงสุดของตัวละคร พบว่า 4 ใน 6 บทละครของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด (บริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด, บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด, บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด และบริษัท คอมมาดี้ ไลน์ คิดเป็น ร้อยละ 66.66) เป็นเพศชาย มีความสัมพันธ์เป็นบุคคลในครอบครัวของตัวละคร เช่น พ่อและปู่ เป็นต้น ต่างจากอีก 2 บริษัท (บริษัท ซีเนริโอ จำกัด และ บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 33.33) ตัวละครต้าน เป็นตัวละครเพศหญิง สรุปได้ว่า บทละคร 4 ใน 6 เรื่อง ตัวละครหลักและตัวละครต้าน เป็นเพศชาย อีก 2 เรื่อง ตัวละครหลักและตัวละครต้าน เป็นเพศหญิง และยังพบอีกว่า ตัวละครหลักหรือตัวละครเอกของเรื่อง ลักษณะนิสัยของตัวละครมีความซับซ้อน เหมือนคนจริงๆ มีทั้งส่วนดีและส่วนเสียปะปนกัน (Well- Rounded Character) ตัวละครมีพัฒนาการทั้งนิสัย ทัศคติ แนวคิด เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หลังจากตัวละครได้ผ่านสถานการณ์ในเรื่อง (Dynamic Character) นอกจากนี้ พบว่า ตัวละครหลักส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงวัยรุ่น ฐานะดี มีความมั่นใจในตัวเอง มีความละอายในการกระทำผิดหรือทำชั่ว

พบว่า ตัวละครในบทละครที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดของทุกบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (คิดเป็นร้อยละ 100) เป็นตัวละคร เพศชาย ส่วนอายุของตัวละคร พบว่า 4 ใน 6 ของบทละคร(บริษัท ซีเนริโอ จำกัด, บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด, บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด และบริษัท คอมมาดี้ ไลน์ คิดเป็นร้อยละ 66.66) เป็นตัวละครวัยรุ่น ที่มีนิสัย มุทะลุ มั่นใจในตัวเอง ใจร้อน และอีก 2 เรื่อง (บริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด และบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 33.33) เป็นตัวละครวัยเด็ก และ เป็นตัวละครวัยกลางคน หากวิเคราะห์ถึงความปรารถนาสูงสุดของชีวิตตัวละคร พบว่า 3 ใน 6 ตัวละครปรารถนามีครอบครัวที่สมบูรณ์แบบ ได้แก่, บี จากเรื่อง เพลงรักสามฤดู, ก่อ จากเรื่อง รองเท้าของพ่อ, โจ๋ย จากเรื่องวัยอะเฟร่ด และ บี จากเรื่อง เพลงรักสามฤดู ในขณะที่ อีก 3 บริษัท ปรากฏความปรารถนาสูงสุดของตัวละครที่ต่างไป พบว่า 3 ใน 6 บทละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมน้อย ตัวละครต้าน เป็นคนในครอบครัว อาทิ พ่อของกอล์ฟ จากเรื่อง Boxing Boys ต่างจากอีก 3 เรื่อง ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวละครหลัก หากวิเคราะห์ลักษณะนิสัยของตัวละครหลักทั้ง 6 เรื่อง พบว่า ตัวละครหลักหรือตัวละครเอกของเรื่อง ลักษณะนิสัยของตัวละครส่วนใหญ่ไม่ซับซ้อน มีบุคลิกชัดเจนเพียงด้านเดียว (Type Character) ส่วนใหญ่ตัวละครไม่ค่อยมีพัฒนาการทั้งนิสัย ทัศคติ แนวคิด หลังจากตัวละครได้ผ่านสถานการณ์ในเรื่อง (Static Character) นอกจากนี้ พบว่า ตัวละครหลักส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงวัยรุ่น ฐานะปานกลาง มีความมั่นใจในตัวเองสูงมาก ส่วนใหญ่ ไม่เชื่อเรื่องความดี ความชั่ว ผู้วิจัยยังพบอีกว่า ตัวละครหลักของทุกเรื่องส่วนใหญ่ ถูกสร้างให้มีเพียงความขัดแย้งระหว่างตัวละคร ทำให้ตัวละครขาดมิติ อาจเป็นเพราะทุกบริษัทเน้นสร้างตัวละครเพื่อความบันเทิงเท่านั้น จนไม่คำนึงถึงความสมเหตุสมผลของตัวละคร

3. แก่นเรื่อง (Thought) พบว่าทุกบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ แก่นเรื่องของละครที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด นำเสนอสัจธรรม ความไม่จีรัง ยั่งยืน ไม่เที่ยงแท้ ของสรรพสิ่ง ไม่เว้นแม้แต่ความรัก ดังนั้น ทุกคนควรยอมรับและเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง และดำเนินชีวิตต่อไปอย่างมีความสุข สะท้อนให้เห็นว่า ความคิดหรือสาระดังกล่าว ตรงกับหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา เรื่อง ไตรลักษณ์ คือ การเกิดขึ้น ตั้งอยู่ และดับไป เมื่อถูกนำเสนอเป็นแก่นของละคร อาจทำให้ผู้ชมไทยที่ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ หรือ ผู้นับถือศาสนาอื่น แต่เข้าใจหลัก

ธรรมชาติดังกล่าว เข้าใจและซาบซึ้งในสาระที่ละครต้องการสื่อสาร ได้ดีกว่าการนำเสนอความคิดหรือสารสาระในประเด็นอื่น ที่อาจไกลตัวจากผู้ชมไทย

พบว่า 3 ใน 6 บทละครเวทีของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด (บริษัท ครีมบอกซ์ จำกัด, บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 50) พบว่า แก่นเรื่องของละครเวที คือ การเปิดใจและยอมรับความแตกต่าง จะทำให้ชีวิต มีสุข ในขณะที่ 2 ใน 6 ของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัทคอมเมดี้ ไลน์ จำกัด และบริษัทซีเนริโอ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 33.33) พบว่า แก่นเรื่องของละครเวที คือ พลังที่ยิ่งใหญ่ที่สุด คือ พลังที่เกิดขึ้นจากหัวใจของตัวเอง อีก 1 บริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 16.66) พบว่า แก่นเรื่องของละครเวที คือ ความรักและมิตรภาพในมหาวิทยาลัยเป็นสิ่งมีค่า จงเก็บรักษาเอาไว้ให้ดีที่สุด ซึ่งประเด็นดังกล่าวพบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเด็นง่ายๆ เกี่ยวกับความเชื่อของมนุษย์ อาจเป็นเพราะผู้เขียนบท เชื่อว่า การนำเสนอความคิดหรือประเด็นง่ายๆ อาจทำทำให้ผู้ชมเข้าใจง่ายกว่าการนำเสนอประเด็นที่ยากและต้องตีความหรือไกลตัว แต่การนำเสนอประเด็นที่ง่ายเกินไป อาจไม่ตอบสนองกับผู้ชมไทย ที่พิจารณาความคุ้มค่าของการชมละครเวทีเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาของละคร

4. บทสนทนา (Dialogue) พบว่า ทุกบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (คิดเป็น ร้อยละ 100) บทสนทนาของละครเวทีเรื่องที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด ลักษณะของบทสนทนามีความเข้าใจง่าย คำศัพท์ไม่ซับซ้อน เน้นการสื่อสารตรงประเด็น เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อเรื่อง แม้ว่าในบางเรื่องเป็นละครย้อนยุค แต่ผู้เขียนบทต้องการให้ผู้ชมทุกวัยสามารถเข้าใจได้ จึงเลือกคำศัพท์ที่ง่าย นอกจากนี้ ละครบางเรื่อง อาทิ ละครเรื่อง สี่แผ่นดิน เดอะ มิวสิคัล ของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด ไม่สามารถหลีกเลี่ยงคำราชาศัพท์ได้ แต่ผู้เขียนบทเลือกคำที่ผู้ชมคุ้นเคย ปรากฏการณ์การเลือกคำหรือบทสนทนาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ในบทละครเวทีเชิงพาณิชย์ อาจเป็นเพราะผู้เขียนบทและบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร หากละครเวทีไม่สามารถสื่อสารหรือทำให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อเรื่องหรือบทสนทนาได้ ละครเวทีจะไม่สามารถทำหน้าที่สื่อสารแก่นของเรื่อง ที่ผู้ผลิตต้องการสื่อถึงผู้ชมได้เลย

พบว่า 5 ใน 6 บริษัท ผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน), บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ,บริษัท ครีมบอกซ์ จำกัด และบริษัท คอมเมดี้ ไลน์ จำกัด และบริษัท โต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 88.88) บทสนทนาในละครเวทีที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด มีลักษณะเป็นคำเฉพาะกลุ่ม เช่น เฉพาะกลุ่มเด็ก ,เฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น บางคำศัพท์หรือบางประโยคแสดงถึงบริบทของยุคสมัยช่วงเวลาในละคร อาทิละครเรื่องว้าวุ่น ของบริษัทเจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ที่มีการใช้คำศัพท์ หรือมุกตลก ของวัยรุ่นยุคเก่า ผู้ชมอาจไม่เข้าใจบางคำศัพท์หรือบางประโยคที่ตัวละครพูด เป็นผลให้ผู้ชมไม่ได้รับอรรถรสของละครตามเป้าประสงค์ ในขณะที่อีก 1 บริษัท (บริษัท ซีเนริโอ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 16.66) บทสนทนาของละครเวทีเรื่องที่ได้รับความนิยมน้อย พบว่า บทสนทนามีการใช้คำน้อย เน้นการกระทำเพื่อสื่อสารความต้องการของตัวละคร ทว่าเป็นผลทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจการกระทำหรือความต้องการของตัวละคร เป็นผลให้ผู้ชมไม่เข้าใจในสารหรือแก่นของเรื่องที่บริษัทต้องการสื่อสาร อาจส่งผลทำให้ละครเวทีไม่ประสบความสำเร็จ

5. เพลงและดนตรี (Song and Music) พบว่า ทุกบริษัทของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (คิดเป็น ร้อยละ 100) พบว่า เรื่องที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดนำเสนอในเป็นรูปแบบละครเพลง ดังนั้น เพลงที่นำมาใช้ในละครเวที ต้องทำหน้าที่ ดำเนินเรื่อง เล่าเรื่อง เสริมอารมณ์ ความรู้สึกของตัวละคร ทิศทางเดียวกัน ดนตรี ต้องมี

หน้าที่เชื่อมอารมณ์ ความรู้สึก และเสริมสถานการณ์ของเรื่อง ให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมกับละครเวที นอกจากนี้ยังพบว่า เพลงที่นำมาใช้ในละครมีความแตกต่างกันตามลักษณะการนำเสนอ เช่น บริษัทเจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ไม่ถูกเขียนขึ้นใหม่ หากแต่บริษัทจะทำการเลือกเพลง สุนทราภรณ์มาใช้ในการสร้างสรรค์ละครเวที ในขณะที่ เพลงในละครเวทีของบริษัทอินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด ถูกสร้างสรรค์ไปพร้อมกับการเขียนบทละคร ต่างจาก บริษัท ซีเนริโอ จำกัดและบริษัทโต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด ที่เพลงถูกสร้างสรรค์หลังจากบทละครเสร็จ แม้ว่าวิธีการสร้างสรรค์ที่ต่างกัน แต่จุดมุ่งหมายสำคัญของเพลงในละครเวทียังคงมุ่งเพื่อสร้างสุนทรียะและอรรถรสให้เกิดกับผู้ชมคนไทย อาจเป็นเพราะผู้ชมไทยนิยมการเสพมหรสพที่มีดนตรีและเพลงประกอบมาตั้งแต่ครั้งอดีต

พบว่า 5 ใน 6 บริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน), บริษัทเจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ,บริษัทดรีมบอกซ์ จำกัด ,บริษัท ซีเนริโอ จำกัด และบริษัท โต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 88.88) ไม่พบเพลงที่มีเนื้อร้อง เพราะละครเวทีเรื่องที่ได้รับความนิยมน้อยของทุกบริษัท นำเสนอในรูปแบบละครพูด แต่อีก 1 บริษัท (บริษัท คอมเมดี้ ไลน์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.66) ละครที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดของบริษัท แม้เป็นละครพูดแต่เป็นละครพูดที่มีเพลงประกอบ ดังนั้น จึงมีเพลงที่มีเนื้อร้องประกอบในละครเวที พบว่า เพลงไม่ถูกเขียนขึ้นใหม่แต่เป็นการคัดเลือกเพลงยอดนิยมตามยุคสมัย ดังนั้น เพลงจึงทำหน้าที่สร้างอารมณ์ความรู้สึกและเชื่อมระหว่างละครกับผู้ชม ทว่า ทุกบริษัทใช้ดนตรีในการประกอบละครเวที โดยดนตรีในละครเวทีจะทำหน้าที่ สร้างอารมณ์ ความรู้สึก และเสริมสถานการณ์ของเรื่องให้เกิดความเข้มข้นตามที่ ผู้กำกับต้องการ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า เพลงและดนตรีอาจเป็นอีกปัจจัยในการพิจารณาซื้อบัตรชมละครเวทีเชิงพาณิชย์ของผู้ชมไทย เพราะผู้ชมไทยมีรสนิยมที่ชื่นชอบการชมมหรสพที่มีดนตรีประกอบ

6. ภาพ (Spectacle) พบว่า 5 ใน 6 บริษัท ผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัทอินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน), บริษัทโต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด,บริษัท ซีเนริโอ จำกัด, ษริษัทเจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด และ บริษัทคอมมาดี้ไลน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 88.88) พบว่า ละครที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด นำเสนอภาพที่สมจริง แม้ว่าฉากเน้นความอลังการ เพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจ แต่ฉากทำหน้าที่บอกสถานที่ ช่วงเวลา และความหมาย เชิงสัญลักษณ์ตามบริบทของบทละคร เช่นเดียวกับ การออกแบบไฟ ที่เกิดจากการตีความของบทละคร มีการศึกษาข้อมูลอ้างอิงอย่างเป็นระบบ เน้นการใช้เทคนิคพิเศษในการนำเสนอเพื่อให้เกิดความสมจริงและความราบรื่นของการเปลี่ยนฉาก รวมถึงไฟที่ต้องทำหน้าที่เสริมและส่งความรู้สึก หรือแม้แต่ขับเค้นอารมณ์ตามสถานการณ์ในละคร ทิศทางเดียวกับการออกแบบเสื้อผ้า ที่ต้องเกิดจากการตีความอย่างเป็นระบบและต้องถูกต้องตามยุคสมัยหรือประวัติศาสตร์ในละคร ต้องสมจริง เหมาะสมกับยุค ฐานะ และบุคลิกลักษณะของตัวละครที่สำคัญเสื้อผ้าต้องสวยงาม ต่างจากอีก 1 บริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 16.66) ที่การออกแบบฉากไม่เน้นความยิ่งใหญ่ อลังการ แต่กลับเน้นการสื่อความหมายตามบทละคร เพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วม และตามความรู้สึกของละคร มีการใช้เทคนิคพิเศษหลากหลายให้เหมาะสมกับแต่ละฉาก ส่วนการออกแบบไฟ เน้นการออกแบบเพื่อเสริมเน้นอารณ์ และบอกช่วงเวลา มีการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อสร้างความน่ากลัวในบางสถานการณ์ ในขณะที่การออกแบบเสื้อผ้า เน้นสมจริง ตามยุค เหมาะกับฐานะและบุคลิกของตัวละครเป็นสำคัญ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว พบว่า งานการออกแบบของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย ผู้ออกแบบมีการศึกษาหาข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อความถูกต้องทั้งเชิงประวัติศาสตร์และยุคสมัย หากแต่การออกแบบมุ่งเน้นการสร้างฉากที่อลังการ การใช้เทคนิคไฟหลากหลาย เสื้อผ้าที่งดงาม เพื่อสร้างภาพความตื่นตา ตื่นใจ อันอาจทำให้เกิดภาพ

จำ ความประทับใจแก่ผู้ชม สู่ความภักดิ์ดีต่อบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ต่อไป นอกจากนี้ ผู้ชมไทยอาจคาดหวังกับความยิ่งใหญ่และความสวยงามให้สมเหตุสมผลกับราคาบัตรชมละครเวทีเชิงพาณิชย์ที่มีราคาค่อนข้างสูง

พบว่า 4 ใน 6 ของบริษัทผลิตละครเวทีเชิงพาณิชย์ (บริษัทโต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด,บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด, บริษัท ดรีมบอกซ์ จำกัด และคอมมาดี้ไลน์ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 66.66) พบว่า ละครเรื่องที่ได้รับความนิยมน้อย นำเสนอภาพที่สมจริง ตามยุคและสถานการณ์ของละคร ฉากไม่เน้นความอลังการ ไม่มีเทคนิคพิเศษในการเปลี่ยนฉาก ในขณะที่ การออกแบบไฟ เน้นสมจริง และสื่อสารอารมณ์ของตัวละคร เช่นเดียวกับ การออกแบบเสื้อผ้า ที่เน้นสมจริง เหมาะกับบุคลิกตัวละคร ฐานะของตัวละครเป็นหลัก แต่อีก 2 บริษัท (บริษัทอินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทซีเนริโอ จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 33.33) พบว่า ฉากไม่ยิ่งใหญ่ มีน้อยชิ้น เน้นการสร้างภาพจำให้เกิดขึ้น มีการใช้เทคนิคพิเศษหลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจของละคร เช่น การใช้ Projection Mapping และ การใช้เลเซอร์ ในการเสริมการสร้างสรรค์งานละคร ในการออกแบบไฟ เน้นการออกแบบให้ตื่นตาตื่นใจเพื่อเสริมอารมณ์ของเรื่องให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมกับ เสื้อผ้าไม่สมจริง เน้นให้เหมาะกับบุคลิกของตัวละคร แต่ต้องสนับสนุนกับการแสดง จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ฉากของละครเวทีเรื่องที่ได้รับความนิยมน้อยทุกบริษัท ไม่อลังการ น้อยชิ้น ไม่มีเทคนิคพิเศษ อาจส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อบัตรชมละครของผู้ชมไทยที่มีความคาดหวังและนิยมงานการแสดงที่อลังการ ตื่นตา ตื่นใจ นอกจากนี้ บางบริษัทใช้เทคนิคพิเศษในการออกแบบไฟและเสื้อผ้า เพื่อเสริมอารมณ์ของเรื่อง ทว่าฉากไม่น่าสนใจและไม่มีเทคนิคพิเศษ อาจไม่เสริมในการช่วยตัดสินใจซื้อบัตรชมละครของผู้ชมไทย.

7. อภิปรายผล

1. ตัวละครหลักของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย ส่วนใหญ่เป็นตัวละครเพศชาย รูปร่าง หน้าตาดี อาจเพราะเหตุผลเชิงการประชาสัมพันธ์ เพราะผู้ชมไทยส่วนใหญ่นิยมนักแสดงชายมากกว่านักแสดงหญิง ปรากฏการณ์ดังกล่าวยังตอกย้ำว่า สังคมไทยยังมีลักษณะเป็นสังคมปิตาธิปไตย ที่เพศชายเป็นใหญ่ สามารถกำหนดแนวคิดหรือกรอบพฤติกรรมของเพศหญิง แนวคิดดังกล่าวอาจส่งผลทำให้การสร้างตัวละครหญิงส่วนใหญ่ถูกสร้างให้ได้รับในบทบาทรอง หรือเป็นตัวละครที่สามารถทำได้ทุกอย่างเพราะความรัก อีกทั้งตัวละครผู้หญิงต้องเสียสละบางอย่างในชีวิตเพื่อสามารถดำเนินชีวิตตามกรอบของสังคมไทย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อาทรี วณิชตระกูล ที่กล่าวว่า ตัวละครหญิงในละครเพลงไทย มักถูกสร้างให้ยึดมั่นในความรัก ถูกลวงให้เชื่อมั่นในอานุภาพความรักที่ยิ่งใหญ่จนทำให้ตัวละครสามารถทำได้ทุกอย่างเพื่อความรัก ที่สำคัญ ความรักได้รับการประกอบสร้างจากสังคมเพื่อใช้เป็นเครื่องมือร้อยรัดผู้หญิงไว้กับความเป็นรอง ชักนำให้ตัวละครหญิงมีชีวิตอยู่ในกรอบความถูกต้องเหมาะสม ตามขนบความเป็นหญิง เพื่อสนองต่อบทบาทของความเป็นรองของผู้หญิงในสังคมปิตาธิปไตย (อาทรี วณิชตระกูล, 2555, น. 304)

2.โครงเรื่องของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทย ที่ได้รับความนิยมสูงมักนำมาจากเรื่องหรือบทละครที่เป็นที่รู้จัก หรือเคยผลิตในสื่ออื่นมาก่อน มีลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย ปมปัญหาของเรื่องชัดเจน จุดจบเรื่องน่าสนใจ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ยุทธนา บุญอาชาทอง ที่กล่าวว่า การสร้างโครงเรื่องของบทละครเวทีสมัยใหม่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ลักษณะโครงเรื่องต้องน่าสนใจและเป็นเหตุเป็นผลเข้าใจได้ การเปิดเรื่องต้องทำให้รู้จักตัวละครอย่างน่าสนใจ การพัฒนาเรื่องต้องสร้างปมปัญหาชัดเจน เพื่อนำไปสู่จุดวิกฤต จุดคลี่คลายต้องทำให้ผู้ชมเข้าใจ และจบเรื่องให้น่าสนใจ ไม่ซับซ้อน แต่การสร้างโครงเรื่องของละครเวทีเชิงพาณิชย์ไทยในลักษณะดังกล่าว

ไม่เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้ผู้ชมคนไทย อันอาจส่งผลกับการตัดสินใจของผู้ชมในอนาคตและการดำรงอยู่ของละครเวทีไทยในอนาคต (ยุทธนา บุญอาชาทอง, 2560, น. 402)

3. ลักษณะผู้ชมละครเวทีเชิงพาณิชย์ มีสภาวะการถวิลหาอดีต (nostalgia) ปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจสะท้อนได้ว่าประเทศไทยมีสภาวะตึงเครียดด้านการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ ทำให้คนไทยต้องการหลีกหนีจากสภาวะความวุ่นวายในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณมาศ เล็กงาม ได้กล่าวเกี่ยวกับ สภาวะการถวิลหาอดีตในไทยไว้ว่า สภาวะถวิลหาอดีตที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เกิดจากคนไทยเริ่มตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมในอดีตซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของชาติทั้งหมด อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมและผลักดันให้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทย (สุวรรณมาศ เล็กงาม, 2561, น. 287)

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นอกจากการศึกษาวิจัยในประเด็นองค์ประกอบละครเวทีเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยแล้ว ผู้ที่สนใจศึกษาด้านการละครและศิลปะการแสดง อาจมุ่งทำการวิจัยในการศึกษาองค์ประกอบงานด้านบันเทิงอื่นๆ อาทิ การแสดงละคร แสง เสียง (Light and Sound) ในประเทศไทย และการแสดงสด (Live Show) ในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาศิลปะการแสดงในประเทศไทยต่อไป.

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารบริษัท ซีเนริโอ จำกัด, บริษัทดรีมบอกซ์ จำกัด, บริษัท โต๊ะกลม โทรทัศน์ จำกัด, บริษัท เจเอสแอล โกลโบ มีเดีย จำกัด, บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท คอมมาดี้ ไลน์ จำกัด ที่เมตตาให้สัมภาษณ์และคอยประสานงานให้ได้สัมภาษณ์ทีมงานฝ่ายผลิต จนทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้จนสำเร็จ

10. เอกสารอ้างอิง

ฐนธัช กองทอง. (2554). *กลยุทธ์การเขียนบทโทรทัศน์.* เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การผลิตรายการโทรทัศน์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เศรษฐ์สิริ นิรันดร. (2562). *การดำรงอยู่ของคณะละครเวทีขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปวัฒธนธรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ยุทธนา บุญอาชาทอง. (2560). *กระบวนการสร้างบทละครเวทีไทยสมัยใหม่.* โครงการวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุวรรณมาศ เล็กงาม. (2561). *The Discursive Construction of Nostalgic Thai Identity through Thai Television Programmes.* ปริญญานิพนธ์ ดุษฎีบัณฑิต สาขา Media, Culture, Heritage. School of Arts and Cultures, Newcastle University.

อาทรี วณิชตระกูล. (2555). *จากวรรณกรรมสู่ละครเพลงไทยร่วมสมัย: ความรักกับการประกอบสร้างตัวละครเอกหญิง.* ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่เพื่อการต่อต้านการนำอวัยวะสัตว์มาแปรรูป

THE NEW SOCIAL MOVEMENT AGAINST AN ANIMAL ORGANS

ชีวสิทธิ วีระเมธีกุล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Jivasit.vi@spu.ac.th

บทคัดย่อ

แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเปลี่ยนไปอย่างมาจากในอดีต ณ ปัจจุบันแนวคิดนี้ได้มีการพัฒนาเพื่อรองรับกับสถานการณ์ความรุนแรงของโลก การทารุณกรรมสัตว์เพื่อนำอวัยวะมาแปรรูปเป็นหนึ่งในเหตุการณ์ที่สังคมให้ความสำคัญ ส่งผลให้เกิดการต่อต้านการใช้เครื่องหนังจากสัตว์เพื่อความสวยงาม หรือการเสริมบารมี ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทกลุ่มสังคมในฐานะพื้นที่สาธารณะในการขับเคลื่อนการแปรรูปอวัยวะต่างๆของสัตว์ อีกทั้งเพื่อศึกษาการใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใต้สังคมเครือข่าย แนวคิดและทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับกลุ่มคนเพื่อการต่อต้านการทุณกรรมสัตว์เพื่อสังเกตกระบวนการต่างๆภายในกลุ่ม อีกทั้งเชื่อว่าแนวคิดสังคมเครือข่ายคือช่องทางการติดต่อของคนภายในกลุ่ม

คำสำคัญ:ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่, สังคมเครือข่าย, พื้นที่สาธารณะ

ABSTRACT

The Social movement has changed from the past. Now, this concept is improving for cover the violent situation. The abuse animals of the transformation of organs has been one of the most social concern. So, it will be happened for against animal skin for cosmetic or prestige. Therefore, this article aims to study the role of social groups as a new public space in driving of an animal organs . In addition, to study the media for making relationship under networking society. A Social movement theory is related a people who involve for against an animal cruelty to observe process with in group. It also believe that the concept of social networking is a platform of contact among people within a group

Keywords: New Social Movement , Networking Society, Public Space

1. บทนำ

คำว่า “การเปลี่ยนแปลง” มีความหมายถึง การผันเปลี่ยนจากบางอย่างสู่บางสิ่งโดยอาจเกิดผลกระทบต่อกลุ่มคน องค์กร สังคม หรือระดับประเทศซึ่งถ้าเกิดผลกระทบมหาศาลจนรุกรามไปสู่ทั่วโลกจะยกระดับจากการเปลี่ยนแปลงเป็นการปฏิวัติ ซึ่งกรณีตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จนกลายเป็นการพลิกโฉมหน้า

ประวัติศาสตร์โลกเข้าสู่รูปแบบใหม่ไม่เคยมีมาก่อนโดยเกิดขึ้นเมื่อปีค.ศ.2007 สตีฟ จอบส์ผู้ก่อตั้งบริษัทแอปเปิลได้เปิดตัวโทรศัพท์รุ่นแรกที่ไม่มีปุ่ม จากวันนั้นถึงวันนี้ไอโฟนจากบริษัทแอปเปิลได้พิสูจน์แล้วนี่คืออุปกรณ์การสื่อสารที่เปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษยชาติและโลกต้องจดจำกับคำว่าการปฏิวัติอุตสาหกรรมการสื่อสารครั้งหนึ่ง

คำนิยามจาก (เคลาส์ ชวาบ, 2561) ให้ความหมายการปฏิวัติว่าสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเมื่อมีการคิดค้นดัดแปลง และค้นหาวิธีการใหม่ๆในการมองโลก ความหลากหลายและความซับซ้อนของการเปลี่ยนแปลงจะต้องเผชิญหน้ากับผู้คนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีกระบวนการหรือขั้นตอนที่แทรกซึมอยู่ข้างในและยากที่จะเข้าใจ หากพิจารณาจากคำนิยามข้างต้นสามารถกล่าวสรุปแบบสั้นๆได้ว่า “การปฏิวัติคือการทำบางอย่างให้แตกต่างจากเดิมอาจจะมีบางกลุ่มยอมรับและไม่ยอมรับ” แต่สิ่งหนึ่งที่อาจจะเป็นความหมายและคำนิยามที่เห็นพ้องต้องกันก็คือการส่งผลกระทบบางอย่างต่อบางกลุ่ม

กระนั้นการปฏิวัตินั้นมักจะพบกับในทุกๆอุตสาหกรรม หนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยแปลงตั้งแต่ในอดีตกาลก็คือเทคโนโลยี เช่น การขยับจากเครื่องพิมพ์ดีด เครื่องเล่นแผ่นเสียง มาเป็นคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันจนถึงปัจจุบัน หรือการเก็บของป่า ล่าสัตว์มาทำเป็นเกษตร การใช้แรงงานสัตว์ การใช้แรงงานมนุษย์ ก็เปลี่ยนมาเป็นการใช้เครื่องจักรเพื่อทุ่นแรงและเพิ่มผลผลิตของมนุษย์ให้สูงขึ้น ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่มีการปฏิวัติอย่างต่อเนื่องคงหนีไม่พ้นเทคโนโลยีนานาสารพัน เช่น การพัฒนาของหุ่นยนต์ การพัฒนาช่องทางการรับชมภาพยนตร์ แต่บางอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมนุษย์อาจจะมองข้ามหรือไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบ “อุตสาหกรรมเครื่องหนัง”

เครื่องหนังเป็นสิ่งที่มนุษย์ให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องนุ่งห่มแล้วยังถือว่าเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นประเภทหนึ่ง ทว่าพฤติกรรมและทัศนคติของมนุษย์เปลี่ยนไปเนื่องจากเชื่อว่าเครื่องนุ่งห่มสามารถบ่งบอกถึงรสนิยมได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเกิดความเชื่อว่าการแต่งกายเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อแสดงถึงผู้สวมใส่ หากพิจารณาถึงเครื่องหนังเป็นส่วนหนึ่งของการแต่งกายในชีวิตประจำวันจึงนำไปสู่ความต้องการทางการตลาด โดยเครื่องแต่งกายต้องมีการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภค อีกทั้งมนุษย์บางกลุ่มมีความเชื่ออย่างมากในเรื่องรสนิยมที่ดีต้องามพร้อมกับของแท้เท่านั้น ซึ่งทำให้ต้องบริโภคเครื่องหนังแท้ๆ

หากขยายขอบเขตครั้งนี้เครื่องหนังของแท้ก็คือการที่โรงงานมีความจำเป็นต้องฆ่าสัตว์เพื่อนำเครื่องหนังมาเป็นหนึ่งในวัตถุดิบของเครื่องแต่งกายทำให้ปริมาณการทารุณกรรมสัตว์ก็เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเกิดกลุ่มขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อการต่อต้านการทารุณกรรมสัตว์ด้วยการแปรรูปเป็นวัตถุดิบต่างๆเพื่อนำมาสร้างความสวยงามของคนบางกลุ่ม ด้วยเหตุนี้จึงเป็ฯที่มาของบทความวิชาการครั้งนี้ว่าด้วยเรื่องของการศึกษาบทบาทกลุ่มสังคมในฐานะพื้นที่สาธารณะในรูปแบบใหม่ในการขับเคลื่อนประเด็นการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์และการใช้สื่อของกระบวนสังคมเครือข่ายจากกลุ่มต่อต้านการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์

1.1 การปฏิวัติอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

ในอดีตอุตสาหกรรมเครื่องหนังไม่ได้จัดอยู่ประเภทของอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าในแต่ละประเทศเท่าที่ควร เนื่องจากลักษณะของการผลิตที่ค่อนข้างยากลำบาก และซับซ้อน โดยประกอบไปด้วย แรงงานคน วัตถุดิบ โรงงาน โดยเฉพาะเครื่องซักฟอกหนังที่ยังไม่มีการพัฒนาเหมือนในปัจจุบัน จึงทำให้การผลิตหนังเป็นไปด้วยความล่าช้าและตลาดไม่ได้มีความต้องการเท่าที่ควร สิ่งเหล่านี้มีคำตอบเพียงหนึ่งเดียว ว่าด้วยโลกของเรายังไม่รู้จักกับคำว่าเทคโนโลยี แต่อย่างที่กล่าวไปข้างต้นทุกอย่างล้วนมีการเปลี่ยนแปลงจนลามไปถึงขั้นการปฏิวัติ ทั้งนี้หลังจากเทคโนโลยีมีการพัฒนา กระบวนการผลิตต่างๆ มีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงเกิดการ

เปลี่ยนแปลงในเรื่องการลดต้นทุนต่างๆภายในอุตสาหกรรมและโรงงานผลิตหนัง โดยเฉพาะการลดต้นทุนของแรงงานคน ดังนั้นจึงสามารถเรียกได้ว่า เกิดการปฏิวัติครั้งใหม่ในอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลกระทบต่างๆต่อพนักงานเป็นอย่างมากเพราะเกิดการทดแทนแรงงานด้วยเครื่องจักรกล จากงานทำมือได้ถูกระบบอัตโนมัติเข้าแทนที่ และจากผลิตได้ 50 ชิ้นต่อเดือน กลายเป็น 350 ชิ้นต่อเดือน ในปัจจุบันมูลค่าการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องหนังมีมากถึง 7,000 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งแบ่งเป็นประเทศมหาอำนาจอย่างจีน สหรัฐอเมริกา รวมถึงอินเดีย โดยสามารถจำแนกสินค้าได้หลากหลายประเภทได้แก่ รองเท้า กระเป๋า เสื้อผ้า พรม และอื่นๆ

(คาร์ล เบเนดิก เฟรย์ และ ไมเคิล ออสบอร์น, 2556) กล่าวว่าการเกิดปฏิวิติครั้งที่ 4 อุตสาหกรรมต่างๆจะสามารถสร้างผลผลิตได้มากขึ้นเป็นทวีคูณ แต่ตรงกันข้ามการว่าจ้างงานจะลดลงอย่างมหาศาล ซึ่งจากการกล่าวก็ดูเหมือนเป็นจริง เมื่อตัวเลขรายได้ทางอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องหนังสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่คนตันตกงาน ดังนั้นก็สามารถอธิบายได้ว่ารายได้ที่สูงขึ้นแสดงว่าความต้องการทางการตลาดก็มีมากเช่นเดียวกัน มันจึงเป็นความสัมพันธ์ของห่วงโซ่ทางธุรกิจในยุคหลังการปฏิวัติครั้งที่4 (เคลาส์ ชวาบ, 2561) แต่การปฏิวัติที่เกิดขึ้นไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อมนุษย์เพียงอย่างเดียว แต่ผลผลิตที่เกิดอย่างมหาศาลจากเครื่องจักรกลดันส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตนานาชนิดที่เรียกว่า “สัตว์”

การที่เครื่องจักรกลทำการผลิตอัตโนมัติอย่างต่อเนื่องหมายความว่าการผลิตต้องจัดสรรวัตถุดิบให้ได้เรื่อยๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มนุษย์มีค่านิยมและความเชื่อแปลกๆเกี่ยวกับการนำอวัยวะภายนอก โดยเฉพาะหนังสัตว์มาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อยกระดับฐานะ สร้างบุคลิกภาพ และสร้างอำนาจ รวมถึงความสวยความงามให้แก่ตนเอง เช่น กระเป๋าที่ทำจากหนังจระเข้ งาช้างประดับบ้าน พรมปูพื้นหนังหมีขาว พฤติกรรมครานี้ของคนบางกลุ่ม บางบริษัท หรือบางอุตสาหกรรมการผลิต เห็นแก่รายได้ ผลประกอบการ เอาตนเองเป็นที่ตั้ง โดยไม่ได้รู้สึกถึงผลที่ตามมาจากการกระทำ

รูปภาพประกอบ 1 : เครื่องจักรกลฆ่าสัตว์

แหล่งที่มา : (Lifebuzz, 2561)

รูปภาพประกอบ 2 : พรมปูพื้นหนังหมีขาว
แหล่งที่มา : (Lifebuzz , 2561)

รูปภาพประกอบ 3 : กระเป๋าแบรนด์เนมทำมาจากหนังงูเห่า
แหล่งที่มา : (Blockdit , 2018)

2. วัตถุประสงค์

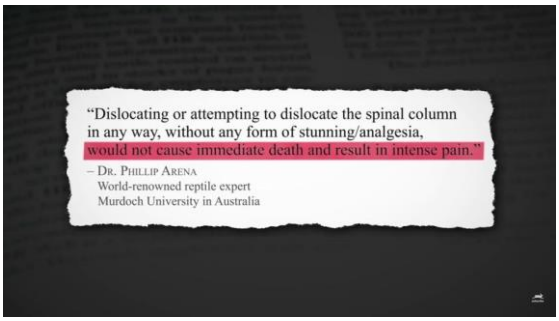
(1) เพื่อศึกษาบทบาทกลุ่มสังคมในฐานะพื้นที่สาธารณะในรูปแบบใหม่ในการขับเคลื่อนประเด็นการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์

(2) เพื่อศึกษาการใช้สื่อของกระบวนสังคมเครือข่ายจากกลุ่มต่อต้านการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์

3. การขับเคลื่อนสังคมจากกลุ่มคนที่ต่อต้านการนำอวัยวะสัตว์มาแปรรูป

จากที่กล่าวไปเกี่ยวกับการปฏิวัติครั้งที่ 4 ที่สร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องหนัง ว่าด้วยเรื่องของการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบและความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น ในเมื่อตลาดมีความต้องการสูงก็ยิ่งต้องจัดสรรวัตถุดิบให้มากกว่าเดิม ดังนั้นวัตถุดิบที่มีมูลค่าและสามารถสร้างผลประกอบการได้ดีก็คือ การนำวัตถุดิบที่มาจากสัตว์จริงๆ หมายความว่า การล่าสัตว์เพื่อนำอวัยวะมาทำการผลิตและแปรรูปเป็นสิ่งต่างๆที่ต้องการการกระทำดังกล่าวเปรียบเสมือนการรังแก และทารุณกรรมเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง โดยไม่ได้ตระหนักถึงพวกเขาเหล่านี้ก็มีชีวิตเหมือนมนุษย์ การทำเช่นนี้บ่อยครั้งทำให้สัตว์เริ่มค่อยๆสูญพันธุ์หมดไปจากโลกเพราะน้ำมือของมนุษย์

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการรวมกลุ่มเพื่อทำการขับเคลื่อนด้วยการต่อต้านการทารุณกรรมและการล่าสัตว์เพื่อนำอวัยวะมาทำเป็นสิ่งของต่างๆ

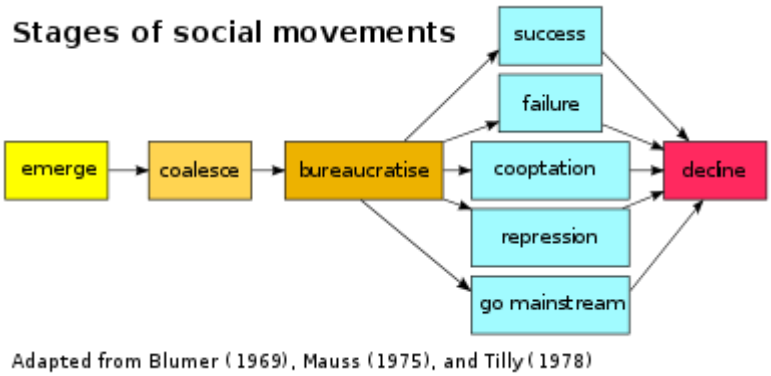


รูปภาพประกอบ 4 : ประโยคที่อธิบายความเจ็บปวดของการทรมานจากมนุษย์
แหล่งที่มา : (Blockdit , 2019)

รูปภาพประกอบ 5 : ต่อต้านการฆ่าหมูเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบ **แหล่งที่มา :** (Brighde Reed , 2018)

4. ทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (New Social Movement Theories)

ในยุค ค.ศ. 1960 มีนักวิชาการบางกลุ่มเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งในตอนนั้นจะเป็นการเคลื่อนไหวที่เน้นการต่อสู้เพื่อเรียกร้องความสำคัญของมนุษย์ ความแตกต่างทางชนชั้นกรรมาชีพ การเคลื่อนไหวของกรรมกร ตามแนวคิดและทฤษฎีของมาร์กซิสต์ หรือการเรียกร้องให้เปลี่ยนนโยบยรัฐและออกกฎหมายใหม่ (Buechler 2011 : 157-158) หลังจากนั้นการเปลี่ยนผ่านของยุคสู่ยุคจึงทำให้มีนักวิชาการท่านอื่นๆ ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมเหมือนในอดีต แต่ทว่ามีการเพิ่มประเด็นใหม่หรือการตระหนักถึงเรื่องสาธารณะมากขึ้น ดังเช่นเจอร์เกน ฮาเบอร์มาสที่กล่าวในบทความ "New Social Movement" ฉบับเดือนกันยายน 1981 ปรากฏในหนังสือ Theory of Communication Action เล่ม 2 (1987: 392-396) ไว้ว่ามีการสนใจเรื่อง สิ่งแวดล้อม สิทธิพลเมือง สิทธิสตรีและอื่นๆที่สอดคล้องกับพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนทั่วไป (Public Space) ดังนั้นจึงเกิดคำนิยามจากการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ว่า เป็นเรื่องของขบวนการของการรวมกลุ่มเพื่อเรียกร้องบางสิ่งโดยตระหนักถึงมุมมองของผู้ร่วมขบวนการมากกว่าการเอาชนะ รวมถึงการให้ความสำคัญถึงปัญหาการถูกเอาเปรียบจากสิ่งต่างๆ หรือการต่อต้านการถูกตกเป็นเบี้ยล่าง และการได้ประโยชน์จากการกดขี่ข่มเหง (วิภา อุตมฉันท์, 2544) ดังนั้นกรณีตัวอย่างข้างต้นจะนำโมเดลของ (Blumer,1969) (Mauss,1975) และ (Tilly ,1978) เพื่อธิบายถึงกระบวนการเคลื่อนไหวของกลุ่มคนเพื่อต่อต้านการเอาเปรียบจากสัตว์เพื่อนำอวัยวะมาแปรรูปต่างๆ



โมเดล: ขั้นตอนการขับเคลื่อนทางสังคม

แหล่งที่มา: (Blumer,1969) (Mauss ,1975) และ (Tilly ,1978)

ที่ผ่านมาขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อต่อต้านเกี่ยวกับการฆ่าสัตว์ยังไม่สามารถสร้างให้เป็นรูปธรรมได้ หมายความว่าเกิดกระแสการต่อต้านเพียงกลุ่มเล็กๆ หรือการเดินประท้วงแล้วก็จางหายไปเท่านั้น หรืออยู่ในขั้นตอน Emerge

4.1 แนวคิดสังคมเครือข่าย (Networking Society)

แนวคิดนี้ได้ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกจากมานูเอล คาสเทล (1996) ในช่วงการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างต่อเนื่องระหว่างศตวรรษที่ 20-21 โดยคำนิยามของแนวคิดดังกล่าวคือการปฏิวัติทางเทคโนโลยีทุกสิ่งอย่างเกิดการหลอมหลวมเป็นหนึ่ง รวมถึงเกิดการสร้างความสัมพันธ์รูปแบบที่เชื่องโยงกันระหว่างมนุษย์และเทคโนโลยีซึ่งอยู่ภายใต้เครือข่ายนอกจากนี้คาสเทลยังกล่าวต่อว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มคน (Group of Identity) การดำรงชีวิตในประจำวัน (Everyday lifestyle) และเครือข่าย (Network Society) เป็นสิ่งที่เชื่อมต่อและสอดคล้องกัน แต่เราจะต้องสร้างขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน ครอบครัว หรือ กลุ่มคน คาสเทลได้อธิบายแนวคิดสังคมเครือข่ายในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมของเทคโนโลยีอีกว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมไม่จำเป็นต้องรวมกลุ่มเพื่อเดินประท้วงหรือนัดหารือระหว่างพื้นที่เขต และประเทศแต่ทว่าสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการขับเคลื่อนทางสังคมของผู้สนับสนุนหรือต่อต้านจากโลกแห่งดิจิทัล หมายความว่า ณ ปัจจุบันการขับเคลื่อนทางสังคมได้มีการพัฒนาก้าวกระโดดจากอดีตเป็นอย่างมาก โดยเล็งเห็นถึงการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่ในการขับเคลื่อนเนื่องจากได้ความรวดเร็ว แพร่หลาย และสามารถสร้างเครือข่ายขนาดใหญ่

ในคราวนี้การขับเคลื่อนทางสังคมแบบใหม่ได้ขยายกลุ่มคนมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีเหล่าดาราและคนดังของโลกรวมกลุ่มประท้วงการต่อต้านการทารุณกรรมสัตว์เพื่อนำอวัยวะมาแปรรูปเป็นสิ่งของต่างๆ โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีการร่วมกันรณรงค์ และใช้เทคนิคการสร้างประโยคต่างๆเพื่อสื่อถึงการตาย หรือการสูญพันธุ์ของสัตว์โดยน้ำมือมนุษย์ หรือการทำโฆษณาที่สะท้อนจิตใต้สำนึกของผู้ซื้อ โดยใช้พื้นที่สื่อออนไลน์ในการขับเคลื่อนซึ่งตรงกับแนวคิดสังคมเครือข่ายและการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ หรืออยู่ในขั้นของ Bureaucratise

จากที่กล่าวมามารถสรุปได้ว่า หลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องหนังสามารถผลิตสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณทำให้สัตว์นานาพันธ์ต้องถูกสังเวยเพื่อนำมาเป็นอุปกรณ์ต่างๆของมนุษย์ ดังนั้นจึงเกิดกระแสต่อต้านจากมนุษย์ผู้ที่ไม่เห็นด้วยในการกระทำดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางสังคมเรื่อยๆ จนเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่มีการสานสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ต่างแดน โดยใช้พื้นที่ออนไลน์ในการขับเคลื่อนจึงเรียกได้ว่าการขับเคลื่อนทางสังคมแบบใหม่

จากการขับเคลื่อนทางสังคมแบบใหม่ของกลุ่มคนที่ต่อต้านได้บรรลุวัตถุประสงค์หลักด้วยการที่สามารถเชื่อมโยงแนวคิดเครือข่ายของกลุ่มคนจากหลากหลายประเทศรวมเป็นหนึ่ง รวมถึงส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเป็นอย่างมาก บริษัทชั้นนำด้านแฟชั่นยุติการใช้วัตถุดิบที่ทำมาจากหนังสัตว์ ขนและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ (Brandinside, 2019) การขับเคลื่อนสังคมแบบใหม่ครั้งนี้ทำให้สามารถช่วยชีวิตและรักษาสัตว์เลื้อยคลาน จระเข้ งู และปลากระเบนจำนวนมาก ทั้งนี้ถือว่าเป็นยุคใหม่ของอุตสาหกรรมแฟชั่นและอุตสาหกรรมเครื่องหนังที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่ทำให้สัตว์นานาชนิดต้องทรมานและสูญพันธุ์อีกต่อไป (Chanel, Burberry, Gucci,Tom Ford, Versace Company, 2019) หรือขั้นของ Success

แต่ถึงอย่างไรก็ตามการต่อต้านและขับเคลื่อนทางสังคมแบบใหม่สามารถลดการสูญพันธุ์ของสัตว์ได้เป็นจำนวนมาก แต่ก็ใช่ว่าจะมีการยุติการผลิตที่ทำมาจากอวัยวะส่วนต่างๆของสัตว์อย่างถาวร ทำให้ตรงกับโมเดลที่กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของ การขับเคลื่อนทางสังคมมักจะบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ก็ตาม แต่จะมายุติตรงล้มเลิก หรือขั้นของ Decline

รูปภาพประกอบ 6 : ชาแนลประกาศไม่ขอยุ่งกับขนเฟอร์และหนังสัตว์อีกต่อไป

แหล่งที่มา : (Vouge ,2018)

รูปภาพประกอบ 7 : ประโยคที่สะท้อนถึงการกระทำ

แหล่งที่มา : (Brighde Reed , 2018)

(1) เพื่อศึกษาบทบาทกลุ่มสังคมในฐานะพื้นที่สาธารณะในรูปแบบใหม่ในการขับเคลื่อนประเด็นการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์

(2) เพื่อศึกษาการใช้สื่อของกระบวนสังคมเครือข่ายจากกลุ่มต่อต้านการแปรรูปอวัยต่างๆของสัตว์

6. สรุป

แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นหนึ่งในรูปแบบการขับเคลื่อนเพื่อเรียกร้องบางอย่างจากบางกลุ่ม โดยการเคลื่อนไหวในอดีตจะมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยการจัดตั้งองค์กร โครงสร้าง และอุดมการณ์ทั่วไปในวงกว้าง เพื่อมุ่งที่จะเปลี่ยนสังคม ดังนั้นบทความครั้งนี้เล็งเห็นถึงการการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นการต่อต้านการแปรรูปอวัยต่างๆขอสัมตว์โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของกลุ่มสังคม รวมถึงมุ่งเน้นการใช้สื่อของกลุ่มด้วย อีกทั้งแนวคิดดังกล่าวได้ขยายผลทางการศึกษาในวงกว้างมากยิ่งขึ้นอันนำไปสู่ความสอดคล้องของแนวคิดเครือข่ายทางสังคมของมานูเอล คาสเทล (Manuel Castells, 1996) ว่าด้วยเรื่องของการปฏิวัติทางเทคโนโลยีในยุคแห่งสารสนเทศ (Information Society) ทำให้เกิดสังคมเครือข่ายภายใต้ความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่เชื่อมโยงกันมหาศาล ดังนั้นจึงเล็งเห็นกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มสังคมต่อการต่อต้านอีกด้วย

ในการศึกษาขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อต่อต้านการนำอวัยวะสัตว์มาแปรรูปเพื่อสนองตัณหาของความสวยงาม บทความครั้งนี้จะเป็นพลังของการขับเคลื่อนในประเด็นข้างต้นที่จำเป็นอย่างยิ่งยวดที่ต้องอาศัยส่วนร่วมจากเครือข่ายหลายองค์กรภายใต้รูปแบบสังคมแห่งเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงผู้ใช้สื่อทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม

7. ข้อเสนอแนะ

บทความวิชาการครั้งนี้กล่าวถึงขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อการต่อต้านการนำอวัยวะสัตว์มาแปรรูปต่างๆ โดยนำแนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (New Social Movement) และแนวคิดสังคมเครือข่าย (Networking Society) มาเป็นกรอบการศึกษา

7.1 โรงงานผลิตเครื่องหนังควรหลีกเลี่ยงการนำอวัยวะสัตว์มาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่ากับทางองค์กร

7.2 โรงงานผลิตเครื่องหนังควรเล็งเห็นถึงการผสมผสานหนังเทียมเพื่อลดอัตราการใช้อวัยวะสัตว์จริง

7.3 ผู้บริโภควัตถุนิยมเครื่องหนังหรืออวัยวะสัตว์ควรตระหนักถึงการสูญเสีย และการสูญพันธ์ของวงจรชีวติภายในป่า

7.4 ผู้บริโภควัตถุนิยมเครื่องหนังหรืออวัยวะสัตว์ควรเล็งเห็นความสำคัญถึงการขับเคลื่อนทางสังคมเพื่อการต่อต้านการนำสัตว์มาแปรรูป รวมถึงมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมการใช้สื่อเพื่อพัฒนาสังคมเครือข่ายสู่ระดับสังคม

8. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง กับการสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

เคลาส์ ชวาบ. (2561). *การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งพับลิชชิ่ง.

ผาสุก พงไพจิตร. (2543). เอกสารประกอบการประชุมนักวิจัย. *โครงการพลวัตเศรษฐกิจการ เมืองไทย พ.ศ. 2543: ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม*. 30 สิงหาคม 2543 ณ ศศนิเวศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วอยซ์ทีวี. (2561). *World Trend วิคตอเรีย เบ็คแฮมประกาศแบนหนังสัวตว์หายาก*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2561. จาก https://bit.ly/2HfhxQK

อาร์วายทีไนน์. (2559). *ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องหนัง*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2559 จาก. https://bit.ly/36Z84HL.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford, New York: Oxford University Press.

_____. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.

เกมมิฟิเคชันเพื่อการเรียนรู้การวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดง

GAMIFICATION FOR LINE DRAWING FOR DESIGN FOR PERFORMING ARTS LEARNING

อาจารย์ธีรเนตร วิโรจน์สกุล

สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน

E-mail: teeranate.wi@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้เป็นการนำเสนอแนวทางการออกแบบการสอนการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดงด้วย Game based learning โดยเกมมิฟิเคชัน (Gamification) เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเรียนของผู้เรียนโดยใช้องค์ประกอบที่เรียกว่าความสนุกของเกม เข้ามาช่วยในกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม กระบวนการจะมีการแข่งขันกันระหว่างผู้เข้าร่วม มีการนับแต้มคะแนน เพื่อเสริมแรงและช่วยเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยากมีส่วนร่วมกับการเรียนมากขึ้น ตามรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากรายการ Produce 101 รายการเซอร์ไวเวิลชื่อดังของประเทศเกาหลี โดยมีการรูปแบบของรายการมาใช้ในการเรียนการสอน คือ 1) ระบบเกรด (Grade) แบ่งกลุ่มตามความสามารถ โดยจะมีกลุ่มเกรด A, B, C, D และ F ตามลำดับ 2) ลำดับมีผลกับการทำงานในชิ้นต่อๆ ไป 3) การประกาศลำดับ (Ranking) ของผู้เข้าแข่งขันพร้อมแจกโจทย์และสิทธิ์ของแต่ละเกรดในแต่ละสัปดาห์ และ 4) ประเมินผลการเรียนรู้และผลความพึงพอใจหลังการเรียน ซึ่งผลในการศึกษาพบว่า การนำเกมมาเป็นสื่อการเรียนการสอน เป็นวิธีการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจในการเรียนรู้เพิ่มขึ้น อีกทั้งบรรยากาศของการเล่นเกม จะทำให้ผู้เล่นรู้สึกผ่อนคลาย แตกต่างอย่างตรงกันข้ามจากบรรยากาศความตึงเครียดการเรียนในชั้นเรียน เกิดการกระตุ้นการเรียนรู้ของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี ประสิทธิภาพและพัฒนาการชิ้นงานของนักศึกษาดีขึ้นเป็นลำดับ แต่ต้องพึงระวังเรื่องความกดดันที่เกิดจากการแข่งขันในชั้นเรียน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สอนต้องควบคุม ดูแลและอธิบายให้กับนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: เกมเพื่อการเรียนรู้, เกมมิฟิเคชัน, วิชาการวาดเส้น

ABSTRACT

This article is an approach to design, teaching and drawing lessons for designing for the performing arts with Game based learning by Gamification. For change learner behavior using elements known as game fun. To help in the process of behavior change. The process will be competitive between the participants. Competitive score counting is used to reinforce and help motivate learners to become more involved with their studies. Inspired by Produce 101, a famous survival program of Korea. The format of the list is used in teaching and learning: 1) Grade grouping by ability. There will be groups of A, B, C, D and F grades respectively and will be switched weekly after the assessment. 2) The order will affect the performance of the next work. Announcement of results by Ranking 4) Post-study assessments after applying. Bringing the game as an educational medium It is a teaching

method that allows the learner to be highly involved in learning. Also the atmosphere of the game will make the players feel relaxed, in contrast to the stressful atmosphere of the classroom. Resulting in stimulating the learning of students as well. The efficiency and development of students' work have been improved accordingly. But be careful about the pressures generated by classroom competition. This is something that the teacher has to supervise and explain to the students on a regular basis.

Keywords: Game based learning, Gamification, Line drawing

1. บทนำ

การวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดง เป็นรายวิชาขั้นพื้นฐานของการเรียนออกแบบของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ว่าด้วยหลักการ เทคนิค วิธีคิด กระบวนการวาดเส้นในรูปแบบต่างๆ การกำหนดสัดส่วน การวาดภาพหลากมิติ การร่างแบบเสื้อผ้า การร่างแบบฉาก วิธีการสร้างงานขั้นพื้นฐาน โดยเน้นทั้งทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์งานด้านการออกแบบเพื่อการแสดง เพื่อให้นักศึกษาสามารถและเข้าใจในการวาดเส้นขั้นพื้นฐานในรูปแบบต่างๆ เน้นการฝึกฝนการวาดเส้นจนเกิดความชำนาญ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบทางเพื่อการแสดงได้ เช่น การนำไปใช้ในการวาดเพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย และมีความรู้ความเข้าใจ การวาดภาพตามหลักทัศนียภาพ (Perspective) เพื่อนำไปใช้การร่างแบบฉากได้ นับเป็นรายวิชาที่สำคัญอย่างมากในการเรียนทางศิลปะการแสดงหรือสื่อสารการแสดง

ปัญหาที่พบจากแบบทดสอบก่อนเรียนในเรื่องรูปแบบการสอน พบว่ากระบวนการและรูปแบบการสอนแบบเดิมๆ ทำให้บรรยากาศในการเรียนรู้ของผู้เรียนลดลง ขาดความกระตือรือร้น และเพิกเฉยกับกิจกรรมในห้องเรียน โดยปัญหาอาจเกิดจากตัวผู้สอน ที่ขาดเทคนิคการสอนใหม่ๆ ขาดความกระตือรือร้นและสนใจในการสอน หรือบางทีการสอนไม่ได้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรม ผู้เรียนเป็นแค่คนที่คอยรับความรู้จากผู้สอนเท่านั้น ทำให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่ายในการเรียน สกุลบุตร เอกวิทยานิพนธ์ (2560) กล่าวว่า วิธีการสอนแบบบรรยาย (Lecture Method) นั้นล้าสมัยเพราะผู้เรียนได้รู้แต่ไม่ได้เรียนรู้อย่างที่ควรจะเป็น การเรียนรู้ควรจะเป็นการร่วมมือระหว่างผู้เรียนและผู้สอนไปพร้อมๆ กัน โดยการลดบทบาทผู้สอนและเพิ่มกระบวนการและกิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะเรียนรู้มากขึ้น ผู้สอนควรจะส่งเสริมให้นักเรียนได้ลงมือทำด้วยตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ชัญญานุช รัตนวิชัย (2561) กล่าวว่า ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด และให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนนั้นๆ ด้วย เพราะเมื่อผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนแล้วจะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจ จดจำ ไม่เพียงแต่จะได้ความรู้และผลสัมฤทธิ์ที่สูงขึ้นเท่านั้น แต่ผู้เรียนจะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินอีกด้วย การสอนโดยการใช้เกมจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้เรียนสนุกสนานในการเรียนและทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาจากบทเรียนได้ดียิ่งขึ้น สามารถแก้ปัญหานักเรียนขาดความกระตือรือร้นในการเรียนได้

เกมเป็นสื่อการเรียนการสอนรูปแบบหนึ่งที่นักศึกษาให้ความสนใจ เป็นวิธีการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้สูง Maytwin P. (2017) กล่าวว่า ทุกคนล้วนเคยมีประสบการณ์ของการติดเกมกันทั้งสิ้น ช่วงเวลาที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว และอาการของการติดเกมจนไม่อยากหยุดเล่น เกมจึงเป็นเหมือนหนึ่งอย่างในชีวิตที่ทุกคนต้องเคยมีประสบการณ์ร่วมผ่านมาแล้ว ด้วยรูปแบบของการออกแบบที่เน้นความสนุกเป็นหลัก รักชน พุทธรังษ์ (2560) กล่าวว่า เกมเป็นสิ่งที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการต่างๆ ดังนั้นครูผู้สอนก็จะนำเอา

เกมมาเป็นเครื่องมือประกอบการเรียนการสอน โดยมุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในการนำทักษะที่มีอยู่ไปใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบของเกมแต่ละประเภท อีกทั้งบรรยากาศของการเล่นเกม จะทำให้ผู้เล่นรู้สึกผ่อนคลาย แตกต่างอย่างตรงกันข้ามจากบรรยากาศความตึงเครียดการเรียนในชั้นเรียน อย่างไรก็ตามการเลือกรูปแบบของเกมให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน จำเป็นอย่างมากที่ผู้สอนต้องคำนึงถึง

เกมมิฟิเคชัน (Gamification) คือ ศาสตร์ที่นำแนวคิดของเกมซึ่งเน้นความสนุกเป็นหลักมาประยุกต์ใช้ปรับให้เข้ากับบริบทต่างๆ วรวัต นิ่มอนงค์ (2563) กล่าวถึง เกมมิฟิเคชันว่าเป็นการเน้นสร้างความสนุกให้กลุ่มเป้าหมาย ควบคู่ไปกับการสื่อสารสาระสำคัญที่ต้องการ เป็นกระบวนการออกแบบที่นำแนวคิดของเกมมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่เราตั้งไว้ ซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ก็สามารถประยุกต์ใช้ เกมมิฟิเคชันได้ทั้งสิ้นไม่มีข้อยกเว้น โดยแนวคิดหลักของ เกมมิฟิเคชัน คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นไปตามที่ผู้สอนต้องการ โดยใช้องค์ประกอบที่เรียกว่าความสนุกของเกม เข้ามาช่วยในกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แนวคิดหลักๆ ของเกมที่หลายคนมักนำมาใช้เพื่อเสริมแรง เช่น ในระหว่างกระบวนการจะมีการแข่งขันกันระหว่างผู้เข้าร่วม การนับแต้มคะแนนแข่งกัน การเพิ่มระดับความท้าทายของกิจกรรม เข้ามาช่วยเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากมีส่วนร่วมกับกระบวนการมากขึ้น เป็นต้น

บทความวิชาการนี้ผู้เขียนจึงได้ทดลองออกแบบรูปแบบการสอนการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดงของนักศึกษาสาขาศิลปะการแสดง และสื่อสารการแสดงด้วยเกมมิฟิเคชัน โดยใช้กลไกและลักษณะของเกมการแข่งขันแบบรายการเซอร์ไวเวิล Produce 101 ของประเทศเกาหลี ทั้งเรื่องการจัดลำดับ สิทธิพิเศษ และปริมาณงานที่เกิดขึ้นจากลำดับต่างๆ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ เปลี่ยนบรรยากาศในการเรียน และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนให้มีความกระตือรือรน มากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบรูปแบบการสอนการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้ของนักศึกษาด้วย เกมเพื่อการเรียนรู้ (Game based learning) โดยเกมมิฟิเคชัน (Gamification)

3. การจูงใจผู้เรียนให้เกิดความกระตือรือร้น

การวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดง เป็นรายวิชาขั้นพื้นฐานของการเรียนออกแบบของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยเน้นทฤษฎีการออกแบบเบื้องต้น พื้นฐานองค์ประกอบทางศิลปะ หลักการ เทคนิค วิธีคิด กระบวนการวาดเส้นในรูปแบบต่างๆ กรณีศึกษาด้านการแสดง การกำหนดสัดส่วน การวาดภาพหลากมิติ พื้นฐานการออกแบบและร่างแบบฉาก การร่างแบบเสื้อผ้า วิธีการสร้างงานและการนำเสนอขั้นพื้นฐาน ในแต่ละสัปดาห์ผู้สอนจะใช้วิธีการสอนแบบบรรยาย (Lecture Method) เกี่ยวกับทฤษฎี ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ศิลปะ ทฤษฎีการวาดเส้นขั้นพื้นฐาน หลักการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ของภาพ และมีการเน้นลงมือปฏิบัติทางวาดเขียนทุกสัปดาห์ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกและพัฒนาการวาดเขียน ทั้งการวาดสิ่งของใกล้ตัว ภาพวิวในมหาวิทยาลัย ภาพร่างหุ่น (Figure) เพื่อพัฒนาและต่อยอดไปสู่งานด้านการออกแบบต่างๆ ในสาขาวิชา นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมเสริมทักษะ (Workshop) เพื่อเพิ่มกิจกรรมและการเรียนรู้ในการวาดเขียนของนักศึกษา เช่น Doodle, Draw Circle, Entopic Grahmania และ Perspective เป็นต้น จึงเห็นได้ว่ารูปแบบการสอนในการเรียนวิชาดังกล่าว จำเป็นอย่างมากในเรื่องของการปฏิบัติ ซึ่งหากผู้สอนยังคงสอนในรูปแบบเดิม โดยเน้นเพียงทฤษฎีและปล่อยให้นักศึกษาทำงานปฏิบัติตามหลักการเดิม นักศึกษาที่ขาดความสนใจ รู้สึกว่าตนเองไม่ถนัด หรือขาด

ความกระตือรือร้น อาจเรียนตามเพื่อนไม่ทัน และขาดการพัฒนาฝีมือการวาดของตนเองได้ ผู้สอนจึงควรปรับรูปแบบการสอนให้ทันสมัย มีแรงจูงใจและตรงกับผลการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิผลที่ดีที่สุด

สมจิต จันทร์ฉาย (2557) กล่าวว่า การจูงใจผู้เรียน (motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความต้องการและความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ โดยมีกลวิธีที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จในการเรียนรู้นั้นสามารถทำได้โดย 1) ทำให้ผู้เรียนเชื่อมั่นว่าตนเองมีสมรรถภาพที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ 2) หลีกเลี่ยงการใช้แรงจูงใจภายนอก 3) การสร้างสถานการณ์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้สึกทางบวก 4) ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจการเรียนและเห็นคุณค่าของตนเอง 5) จัดโครงสร้างการเรียนรู้ให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จ 6) จัดให้มีข้อมูลย้อนกลับแก่งานของผู้เรียน 7) ใส่ใจต่อความต้องการของผู้เรียน 8) ส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่มของผู้เรียนในหลากหลายลักษณะ

4. กระบวนการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบ Game based learning

ทฤษฎีเกมส์ (Game Based Learning) คือ การเรียนรู้ผ่านเกม หรือ เกมเพื่อการเรียนรู้ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้มีความสนุกสนานไปพร้อมๆ กับการได้รับความรู้ ไพฑูรย์ อนันต์ทเขต (2560) กล่าวว่า Game-Based Learning เป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้เรียนสนใจ สามารถช่วยเหลือในเรื่องของการสื่อสารระหว่างกันของผู้เรียน การทำงานเป็นทีม ความรับผิดชอบและความคิดสร้างสรรค์ได้ คือ สามารถสร้างให้ผู้เรียนรู้สึกมีส่วนร่วม (Engagement) และสนุกสนาน (Fun) ได้พร้อมๆ กับได้รับความรู้ (Knowledge) ทำให้เกิดกระบวนการการรับรู้ (Cognitive) โดยเกมช่วยให้มีพัฒนาการในด้านการมีสมาธิจดจ่อ และการตอบสนองที่ดีขึ้น เกิดกระบวนการสร้างแรงจูงใจ (Motivation)

วรัตต์ อินทสระ (2562) กล่าวถึง Game Based Learning ว่าเป็นส่วนหนึ่งของ Active Learning กล่าวคือ กระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือกระทำ และได้ใช้กระบวนการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้เรียนได้กระทำลงไป เป็นการจัดกิจกรรมเรียนรู้ภายใต้สมมุติฐานเกี่ยวกับการเรียนรู้เป็นความพยายามโดยธรรมชาติของมนุษย์ และแต่ละคนมีแนวทางในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน Game Based Learning จึงเป็นสื่อใหม่ทันสมัยที่กำลังเข้ามามีบทบาทกับแวดวงการศึกษาและการพัฒนามนุษย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แบบก้าวกระโดด เพราะสามารถสร้างความมีส่วนร่วมกับผู้เรียนแต่ละคนได้ เพราะ 1) เกมจะถูกออกแบบให้มีจุดสำคัญในการเรียนรู้ (Learning Point) ลงไปในบริบท (Context) ของเกม ทำให้เรียนรู้ไปพร้อม ๆ กับได้รับความเพลิดเพลิน เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมากสำหรับผู้เรียน 2) เป็นกระบวนการที่เน้นให้ทุกคนมีปฏิสัมพันธ์และเรียนรู้ร่วมกัน (Interactive Learning Process) สามารถทำให้ความคิดเห็นของคนที่หลากหลายรวมกันเป็นเป้าหมายเดียวกันได้ 3) สามารถนำเอาทั้งการมีส่วนร่วม (Engage) และ การปฏิสัมพันธ์เรียนรู้ร่วมกัน มารวมไว้ด้วยกัน เป็นสื่อเดียวกัน เครื่องมือเดียวกัน นอกจากนั้นการออกแบบ Game Based Learning ให้มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องต่างๆ ดังนี้ 1) Practice คือการแฝงแบบฝึกหัดต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนได้ทดลองทำ 2) Learning by Doing คือการเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเอง 3) Learning from Mistakes คือให้ผู้เรียนเรียนรู้จากความผิดพลาด 4) Goal-Oriented Learning คือ ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนในเกม เพื่อให้ผู้เรียนพยายามที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย และ 5) Learning Point คือ ต้องแฝงไปด้วยข้อมูลหรือประเด็นหลักๆ ที่สำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ผู้เรียนสมควรรู้ เพื่อผู้เรียนจะได้นำเอาความรู้นั้นไปใช้งานได้จริง

เกมมิฟิเคชัน (Gamification) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของกระบวนการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบ Game based learning โดย Glover, I. (2013) อธิบายความหมายของ เกมมิฟิเคชัน ว่าเป็นแนวคิดหนึ่งที่นำมาประยุกต์ใน

การเรียนการสอนช่วยส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมได้ดีขึ้นโดยนำรูปแบบของเกมมาประยุกต์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเรียนรู้ ทำให้กิจกรรมนั้นมีรูปแบบคล้ายเกม มีความท้าท้ายและสนุกสนานซึ่งจะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนได้ดี ซึ่ง Kapp, Blair and Mesch. (2014) ได้กล่าวไว้ว่าเกมมิพิเคชั่นเป็นการนำเอากลไกของเกมมาสร้างความน่าสนใจในการเรียนรู้ เพื่อสร้างแรงจูงใจและความน่าตื่นเต้นในการเรียนรู้ ทำให้เกิดเป็นสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ดี มีกระบวนการที่ง่ายต่อการเข้าใจในสิ่งที่ซับซ้อน โดยใช้เหตุการณ์ในชีวิตประจำวันในความเป็นจริง มาจัดเป็นกิจกรรมในลักษณะของเกม ทั้งนี้การนำแนวคิดเกมมิฟิเคชันมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนต่างกับการเรียนโดยใช้เกมเป็นฐานตรงที่เกม มิฟิเคชันจะสอดแทรกแนวคิดของเกมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้ ซึ่งแม้จะไม่สามารถสัมผัสได้โดยตรงแต่ทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกเสมือนได้เล่นเกม เนื่องจากมีทั้งรูปแบบของ Level, Points, Badge และ Leaderboard มาเป็นส่วนประกอบของการเรียน ในขณะที่การเรียนโดยใช้เกมเป็นฐาน (Game-Based Learning) จะให้ความสำคัญกับการสร้างเกมเพื่อนำมาใช้ประกอบการเรียนรู้ซึ่งในระหว่างเล่นเกมผู้เล่นจะได้เรียนรู้เนื้อหาการเรียนไปด้วย

วรวัต นิ่มอนงค์ (2563) กล่าวว่า กระบวนการที่ออกแบบโดย เกมมิฟิเคชัน นั้นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือความสนุก ความสนุกเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนและผู้เข้าร่วมอยากเข้าร่วมกระบวนการ แต่ก็ต้องไม่ลืมที่จะผูกโยงเข้ากับเป้าหมายที่ผู้สอนต้องการด้วย ดังนั้นจึงต้องทำให้ เป้าหมายและความสนุก ควบคู่กันไป อีกสิ่งที่สำคัญคือ การเลือกใช้และออกแบบระบบเกมให้เข้ากับเป้าหมาย ในกิจกรรมแต่ละกิจกรรมก็จะมีระบบเกมที่เข้ากันอยู่ เช่น อยากให้ผู้เรียนตอบคำถามมากขึ้น อาจจะใช้ระบบแข่งขันเข้าช่วย อยากให้ผู้เรียนส่งการบ้านมากขึ้น อาจใช้ระบบสะสมคะแนน อยากให้ผู้เรียนได้คิดเยอะขึ้น อาจใช้ระบบ ระดับความยาก (Level) เพื่อเพิ่มความท้าทายโจทย์ให้ยากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเพิ่มให้ผู้เรียนได้พัฒนาการคิด จะเห็นว่าแต่ละกิจกรรมมีการเลือกใช้ ระบบของเกมที่ไม่เหมือนกัน สิ่งนี้จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการออกแบบกระบวนการโดยใช้เกมมิฟิเคชัน

5. รายการเซอร์ไวเวิล เฟ้นหาไอดอลที่ได้รับความนิยมของประชาชน

ในปัจจุบันได้เกิดกระแสรายการแนวเรียลลิตี้ และแนวเซอร์ไวเวิล หรือการเอาตัวรอดเพื่อการเป็นผู้ชนะในรายการ กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งทั่วโลกในประเทศเกาหลี ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีศิลปินฝึกหัดเป็นจำนวนมาก จนทำให้เกิดรายการแนวเซอร์ไววัล ค้นหาเด็กฝึกหัดก่อนปูทางสู่การเดบิวต์ หรือการปรากฏตัวเป็นครั้งแรกต่อสาธารณะชนหรือวงสังคม โดยรูปแบบของรายการแนวเซอร์ไววัล คือ รายการที่เฟ้นหาศิลปินทั้งชายและหญิงที่เปิดรับเด็กฝึกจากทั่วประเทศ เพื่อเข้ามาร่วมฝ่าฟันบททดสอบในรายการ ทั้งการร้องเพลง การเต้นบนเวทีต่อสาธารณะชน และเพื่อโปรยเสน่ห์ให้เหล่าผู้ชมรายการ ซึ่งรายการในรูปแบบนี้จะเปิดให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมต่อการเปิดตัวของเหล่าเด็กฝึกผ่านการโหวต หากใครลำดับไม่ถึงก็จะถูกคัดออกกลางรายการเป็นรอบๆ ทันที ผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดที่เหลือรอดในรอบสุดท้ายจะได้เซ็นสัญญาและเปิดตัวเป็นศิลปินต่อไป

รายการ Produce 101 นับเป็นอีกรายการแนวเซอร์ไวเวิลที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆ ในประเทศเกาหลีในปัจจุบันเดินทางมาถึงซีซั่นที่ 4 และได้รับความนิยมสูงที่สุดในประเทศไทยเมื่อเทียบกับรายการแนวเซอร์ไวเวิลอื่นๆ เป็นรายการที่รวมผู้เข้าแข่งขันจากเด็กฝึกของค่ายเพลงต่างๆ ทั่วเกาหลีและต่างประเทศ รวมทั้งคนอื่นๆ ที่มีฝันอยากจะเป็นนักร้อง มาไว้ในรายการนี้ เพื่อเฟ้นหา ศิลปินกลุ่มหน้าใหม่ ใช้วิธีการคัดเลือกจากเด็กฝึกทั้งหมด 101 คน ให้เหลือเพียงแค่ 11 คนที่จะได้รับโอกาสในการเดบิวต์หรือเปิดตัวเป็นศิลปิน ทำกิจกรรมทั้งออกอัลบั้มและการโปรโมท กติกาหลักของรายการคือ มาจากผลโหวตของผู้ชมต่อสัปดาห์ โดยในช่วงสัปดาห์แรกของรายการได้มีการใช้ระบบเกรด (Grade) ของผู้เข้าแข่งขัน คือระบบที่แบ่งกลุ่มตามความสามารถ และการพัฒนา

โดยคัดเลือกโดยทีมอาจารย์ (Trainer) จำนวน 5คน โดยจะมีกลุ่มเกรด A, B, C, D และ F ตามลำดับ และจะสลับสับเปลี่ยนกันไปทุกสัปดาห์หลังการประเมิน โดยในแต่ละสัปดาห์จะมีการประกาศลำดับ (Ranking) ของผู้เข้าแข่งขัน หรือระบบที่จัดอันดับผู้เข้าแข่งขันทั้งหมดว่าอยู่อันดับที่เท่าไหรจาก 101 คน ซึ่งเป็นตัวตัดสินในขั้นตอนสุดท้าย ว่าใครจะถูกคัดเลือกเป็น11 คนสุดท้าย โดยการแบ่งเกรดจะไม่มีผลต่อการประกาศลำดับ (Ranking) หรือคะแนนใดๆ เพียงแค่ได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าเกรดอื่นๆ เล็กน้อย เช่น Group Mission กลุ่มเกรด A สามารถเลือกลูกทีมเองได้ เป็นต้น (ImJinah, 2562)

ภาพที่ 1 รายการ Produce 101รายการแนวเซอร์ไวเวิล
(ที่มา : https://www.korseries.com/mnet-survival-program/)

ซึ่งรูปแบบของรายการมีลักษณะเป็นเกมการแข่งขัน เพื่อฝึกและพัฒนาศักยภาพผู้เข้าแข่งขัน ผ่านกลไกและเงื่อนไขของเกมในลักษณะต่างๆ เพื่อกระตุ้นการกระตือรือร้น และเพิ่มบรรยากาศในการแข่งขันให้ตื่นเต้นและสนุกสนานมากยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงได้มีการดัดแปลงกลไกต่างๆ ของเกม มาใช้ในการออกแบบการสอนในรายวิชาการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดงของนักศึกษา ปีที่ 1 เนื่องจากเป็นรายการที่นักศึกษารู้จัก เข้าใจกติกาและรูปแบบเป็นอย่างดี และคาดว่าจะสร้างบรรยากาศให้ผู้เรียนเสมือนได้เข้าร่วมรายงานที่ตนเองชื่นชอบอีกด้วย

6. การออกแบบการสอนการวาดเขียนด้วยเกมมิฟิเคชัน

จากข้อมูลที่ได้ศึกษารูปแบบและแนวคิดของเกมมิฟิเคชัน และรายการเซอร์ไวเวิลข้างต้น ผู้เขียนจึงออกแบบรูปแบบการสอนการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดง โดยเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด และให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียน โดยมุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเรียนรู้ และมีเจตคติที่ดีต่อการวาดเขียน โดยได้ใช้เป็นการเรียนการสอนมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2559 จนถึงปัจจุบัน ตามรูปแบบ ดังนี้

1) การจัดลำดับ (Rank) ความสามารถของนักศึกษา

ผู้เขียนได้ออกแบบการสอนและการประเมินผลโดยใช้วิธีการจัดระบบเกรด (Grade) และจัดลำดับ (Ranking) ในทุกๆ สัปดาห์ เป็น Rank ตั้งแต่ A, B, C, D และ F โดยจัดลำดับตามความสามารถของนักศึกษา ดังนี้ A คือ ดีมาก B คือ ดี C คือ พอใช้ D คือ พัฒนาได้อีก และ F คือ ควรปรับปรุง โดย Rank ที่ได้จะไม่มีผลกับคะแนนของผู้เรียนโดยตรง กล่าวคือ คนที่ได้ A และ B จะได้คะแนนเต็มเท่ากัน C และ D ได้คะแนนเท่ากัน และ F ได้คะแนนครึ่งหนึ่งของคะแนนเต็ม เพื่อไม่ให้เกิดผลกับนักศึกษาที่อ่อนในเรื่องการวาดรูปทั้งเรื่องคะแนนและผลทางใจ โดยในสัปดาห์แรกผู้สอนจะประกาศและอธิบายวิธีการจัดลำดับต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจกับผู้เรียน โดยมีการจัดทดสอบฝีมือการวาดเส้นของนักศึกษาจาก ของใกล้ตัว เพื่อทดสอบทักษะในการวาดรูป และมีการจัดลำดับตั้งแต่ชิ้นงานแรกที่ส่ง

2) ลำดับมีผลกับการทำงานในชิ้นต่อๆ ไป

การจัดลำดับ Rank ในแต่ละสัปดาห์ จะส่งผลกับการส่งงานในชิ้นต่อๆ ไปของนักศึกษา โดยเน้นการมีส่วนร่วมและผลจากการทำงานของนักศึกษา เช่น ชิ้นงาน Perspective ภายในมหาวิทยาลัย คนที่ได้ Rank A จะมีสิทธิ์เลือกจุดที่อยากวาดได้เอง แต่ Rank อื่นๆ ต้องมีการเปิดป้ายเพื่อสุ่มรับโจทย์ โดย Rank B, C และ D จะได้เปิดป้ายตามโจทย์ที่มีองค์ประกอบกว้างๆ เช่น อาคาร ต้นไม้ และถนน โดยที่ Rank B ได้เลือกเปิดก่อนตามลำดับ ส่วน Rank F จะเปิดป้ายที่มีโจทย์เฉพาะและหลากหลายมากกว่า เช่น วาดโรงอาหาร วาดอาคารเรียน หรือต้องมีองค์ประกอบเหล่านี้ เช่น ธง รถ โลโก้มหาวิทยาลัย เป็นต้น หรือ ชิ้นงานบางชิ้น Rank A มีกำหนดส่งงานที่นานกว่า Rank อื่นๆ ตามลำดับ หรือชิ้นงานวาดแบบร่าง (Figure) ผู้เรียนที่ได้ Rank F ต้องมีจำนวนชิ้นงานส่งมากกว่าคน Rank สูงๆ ตามลำดับ เช่น Rank A วาดจำนวน 10 ตัว จากนั้นใน Rank ต่อๆ ไปก็จะเพิ่มจำนวนอีก 10 ตัวตัวลำดับ แต่ในบางสัปดาห์ที่สลับสิทธิ์กัน เช่น การวาดภาพวัตถุจากทิศทางต่างๆ Rank F สามารถที่จะเลือกที่นั่งได้ก่อนและเลือกกันต่อมาตามลำดับ เพื่อให้นักศึกษาที่มีทักษะอ่อนกว่า ได้มีโอกาสในการวาดชิ้นงานได้ดียิ่งขึ้น ส่วนคนที่มี Rank สูงจะได้ฝึกพัฒนางานของตัวเองให้ดียิ่งขึ้น เมื่อนักศึกษาส่งงานในแต่ละสัปดาห์ ก็จะมีเงื่อนไขคือ หากนักศึกษาคนใดไม่ส่งตามเวลาที่กำหนด ก็จะตกไป Rank F ทันที และได้รับชิ้นงานในระดับ F เช่นกัน

ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างการประกาศสิทธิ์ของแต่ละ Rank (ที่มา : สื่อการสอนในห้องเรียน)

3) ประกาศผล Rank แต่ละสัปดาห์ในห้องเรียน

เมื่อได้รับชิ้นงานครบในแต่ละสัปดาห์ ผู้สอนก็จะพิจารณาจากทักษะการวาด และการพัฒนาตัวเองจากชิ้นงานก่อนๆ ของผู้เรียน ให้คะแนน และจัดลำดับ Rank ประจำสัปดาห์ โดยมีการประกาศ Rank ในห้องเรียนก่อนเริ่มเรียนในแต่ละสัปดาห์ ออกแบบการประกาศผลให้น่าสนใจและตื่นเต้นเพื่อให้นักศึกษาได้ลุ้นและทราบผลงานของตนเอง โดยหลังการประกาศผลผู้สอนก็จะบรรยายเนื้อหาทางทฤษฎีและแจกโจทย์และสิทธิต่างๆ ของแต่ละ Rank ประจำสัปดาห์ และให้นักศึกษาลงมือทำทันที

โดยผู้สอนได้คืนชิ้นงานและเขียนข้อแนะนำในการทำงานแต่ละชิ้นให้กับนักศึกษา และนำชิ้นงานที่ได้ Rank A ติดนำเสนอที่สาขาวิชา เพื่อแสดงความสามารถของนักศึกษาในรายวิชาให้กับอาจารย์และนักศึกษาชั้นปีอื่นๆ ด้วย และในสัปดาห์สุดท้ายก็จะรวบรวมเกรดทั้งหมดของนักศึกษาแต่ละคน ประเมินและจัดลำดับ Rank 11 คนของชั้นปีในรายวิชานี้ ประกาศในโซเชียลมีเดียเพื่อเป็นเกียรติให้กับนักศึกษาที่ตั้งใจและพยายามทำงานมาโดยตลอด

4) ประเมินผลการเรียนรู้และผลความพึงพอใจหลังการเรียน

หลังการเรียนในแต่ละปีการศึกษา ผู้เขียนได้มีการประเมินผลการเรียนรู้โดยดูชิ้นงานสุดท้ายของการเรียน คือการสอบปลายภาค เพื่อดูพัฒนาการและความสามารถทางการวาดเขียนในแต่ละชิ้นงานของนักศึกษาผ่านบทละครเรื่อง แรงโลกีร์ (Desire under the Elms) ประพันธ์โดย ยูจีน โอ'นีล และได้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบการเรียนการสอนในรายวิชานี้ด้วยเกมมิฟิเคชัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1) การเรียนแบบมีส่วนร่วม โดยใช้ผลจากงานของนักศึกษาในแต่ละสัปดาห์ ทำให้นักศึกษาตื่นตัวและสนใจในการทำงานมากขึ้น ผลการประเมินอยู่ในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 46.2 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 40 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

4.2) ความรู้สึกของนักศึกษาเมื่อรู้ว่างานแต่ละงานที่ได้รับ จะขึ้นอยู่กับ Ranking ที่ได้รับในแต่ละสัปดาห์ และแต่ละ Rank ปริมาณและรูปแบบของงานจะแตกต่างกัน ผลการประเมินอยู่ในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 53.1 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 34.4 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

4.3) ความรู้สึกของนักศึกษาเมื่อมีการประกาศผล Ranking และโจทย์ที่จะได้รับทุกสัปดาห์ ทำให้นักศึกษาตื่นตัวในการเรียนมากขึ้น ผลการประเมินอยู่ในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 58.5 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 33.8 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

4.4) ความรู้สึกเมื่อได้ Ranking ที่สูงขึ้น นักศึกษาส่วนใหญ่ ดีใจที่ตัวเองพัฒนาขึ้น รู้สึกมีแรงจะทำงานต่อๆ ไปให้ดี มีแรงผลักดันในการทำงานชิ้นต่อไป รู้สึกภูมิใจเป็นอย่างมาก กดดันหน่อยๆ ต้องรักษาตำแหน่งให้ได้เพราะจะแข่งกับเพื่อน รู้สึกว่าสิ่งที่พยายามปรับปรุงหรือแก้ไขจากผลงานที่มามันส่งผลดีกลับมา และก็รู้สึกว่าจะต้องรักษาระดับ Ranking นี้ให้ได้ตลอด รู้สึกได้เรียนรู้ หายเหนื่อย อยากทำคะแนนให้คงที่ไปเรื่อยๆ และดีขึ้นไปอีก เป็นต้น ส่วนความรู้สึกเมื่อได้ Ranking ที่ต่ำลง นักศึกษาส่วนใหญ่ ผิดหวังเสียใจ บางคนยอมรับเพราะเป็นผลของความขี้เกียจของตัวเอง ต้องพัฒนาตัวเองให้มากขึ้น ทำให้เรารู้ว่าไม่ถนัดงานชิ้นนั้น งานหน้าเอาใหม่ อยากปรับตัว เสียความรู้สึกนิดหน่อย เศร้ารู้สึกแย่ทำได้ไม่ดีพอแต่ก็มีแรงผลักดันในงานถัดไป

4.5) นักศึกษาให้คะแนนรูปแบบการเรียนการสอนรูปแบบ Ranking ผลการประเมินอยู่ในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 64.6 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 27.7 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

4.5) จากการเรียนรู้ตลอดทั้งเทอม นักศึกษาได้พัฒนาศักยภาพการวาดรูปของนักศึกษาได้ในระดับใด ผลการประเมินอยู่ในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 30.8 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 58.8 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

4.6) Ranking มีผลทำให้นักศึกษาเรียนรู้วิชาการวาดเขียน ได้ดีขึ้น และสามารถเพิ่มศักยภาพในการวาดรูปของนักศึกษา ผลการประเมินอยู่ใน ระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 41.5 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 46.2 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

4.7) ความรู้สึกของนักศึกษา เมื่อรู้ว่า Ranking ไม่ใช่คะแนนดิบที่จะได้รับ แต่เป็นเพียงการประเมินคุณภาพการทำงานของนักศึกษาเท่านั้น ส่วนใหญ่รู้สึก ดี รู้สึกโอเคเพราะได้รู้ว่าตัวเองพัฒนามากน้อยแค่ไหน เป็นการประเมินที่วัดศักยภาพของการวาดได้ดี ไม่ได้อะไร แต่ทำเพราะสนุกเพราะได้แข่งขันกับเพื่อนๆ รู้สึกว่าทำให้ไม่ยึดติดกับคะแนนว่าต้องได้เท่าไร แต่จะรู้แข่งกับตัวเองมากกว่า

4.8) ความรู้สึกต่อการนำ Ranking มาใช้ในการเรียน เมื่อเทียบกับการเรียนแบบส่งงานตามปกติ ผลการประเมินอยู่ใน ระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 50.8 ระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 44.6 และระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 4.6

4.9) ข้อดีของการสอนโดยใช้ Ranking ผ่านการทำแบบสอบถามหลังการเรียนรู้ นักศึกษามีความเห็นว่า ได้พัฒนาตัวเองเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้เรียนตื่นตัวตลอดเวลา ก้าวข้ามคำว่าทำไม่ได้ วัดศักยภาพในการวาดให้นักศึกษามีกำลังใจมากขึ้น ทำให้อยากทำงานส่ง อยากรู้ว่าตัวเองจะได้อยู่ตรงไหน ทำให้ผู้เรียนมีแรงกระตุ้นแรงผลักดันในการพัฒนาฝีมือ เพื่อให้ได้อยู่ลำดับสูงๆ ทำให้รู้ระดับของผลงานตัวเองว่าเราควรปรับปรุงตรงไหนและพัฒนาต่อไป และทำให้กระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น ได้รู้ความสามารถของตัวเองว่างานไหนเหมาะกับ

เรา อันไหนควรพัฒนาขึ้น ทำงานละเอียดมากขึ้น มีแรงผลักดันตัวเองมากๆ และสนุกกับการเรียนมากกว่าเรียนปกติ ต้องรักษาตำแหน่งตัวเอง ทำให้เด็กมีความสนใจในการเรียนมากขึ้น

4.10) ข้อเสียของการสอนโดยใช้ Ranking นักศึกษามีความเห็นว่า ทำให้รู้สึกผิดหวังถ้าได้ RANK ต่ำ ไม่ทราบคะแนนที่แน่นอน อาจจะมีการเปรียบเทียบกับเพื่อน เขินอาย มีการแบ่งแยกชนชั้นในห้องเรียน อาจทำให้ผู้เรียนเกิดการกดดันตัวเองขึ้น มีการแข่งขันกัน ทำให้เครียด ถ้าสำหรับคนที่ไม่สนใจจริงๆกับการเรียนแบบนี้ก็จะไม่สามารถมองเห็นข้อบ่งพ่องของตัวเองได้ มันทำให้เราคาดหวัง คิดว่าเราทำดี แต่คะแนนไม่ได้ดี อาจจะเป็นเรื่องของความรู้สึกของเด็กหลังจากการประเมิน เมื่อตนเองถูกจัดอยู่ในอันดับท้ายๆ แต่อาจารย์จะอธิบายและให้กำลังใจเด็กเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

4.11) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักศึกษา คือ การสอนที่ดี ไม่ใช่แค่นักศึกษาได้ความรู้แต่ต้องได้พัฒนาตัวเองขึ้นด้วย และสิ่งที่จะสามารถบอกได้ถึงการพัฒนา มีหลายวิธี และ Rank เป็นตัวช่วยที่ดีมาก นอกจากจะได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของตัวเอง ยังได้พัฒนาให้ดีขึ้น คล้ายจะเป็นการแข่งขันแต่จริงๆ คือการทำให้ตัวเองมีความพยายามและตั้งใจให้ทุกๆ งานดีขึ้น ชอบ สนุกและเป็นประโยชน์มาก การทำ Rank ทำให้รู้สึกมีความกระตือรือร้นในการทำงานทุกครั้ง รู้สึกลุ้นและสนุกในทุกๆ สัปดาห์ การจัดอันดับทำให้ไม่เบื่อเวลาเรียนเลย ถ้าโรงเรียนมัธยมนำนะบบนี้ไปใช้กับน้องๆ น่าจะทำให้การเรียนในห้องไม่น่าเบื่อ

7. สรุป

เมื่อผู้เขียนได้นำแนวคิดของการออกแบบ Game Based Learning ที่เป็นส่วนหนึ่งของ Active Learning ให้มีประสิทธิภาพมาใช้กับการออกแบบการสอนในรายวิชาการวาดเส้น (วรัตต์ อินทสระ, 2562) ทั้งเรื่องของ 1) Practice คือการแฝงแบบฝึกหัดต่างๆ โดยการสร้างโจทย์และเงื่อนไขต่างๆ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการวาดเขียน ทักษะ ทฤษฎี และงานลงมือทำในกิจกรรมต่างๆ 2) Learning by Doing ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเอง และมีความกระตือรือร้นพัฒนาตนเองเพื่อให้ตนเองอยู่ใน Rank ที่ดีกว่าเดิมอยู่เสมอ 3) Learning from Mistakes เมื่อสัปดาห์ใดที่ผู้เรียนเกิดความผิดพลาด Rank ตกจากสัปดาห์ก่อน นักศึกษาก็จะตั้งใจทำชิ้นงานต่อให้ให้ดียิ่งขึ้น มีความรอบคอบในการทำงานมากกว่าเดิม 4) Goal-Oriented Learning คือ แม้ผู้สอนจะกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในเกมว่าเป็นการหา 11 คนที่เก่งที่สุดในชั้นเรียน ก็จะมีนักศึกษาบางกลุ่มที่มีความพยายามทำตามเป้าหมายนี้ และมีบางกลุ่มที่อาจเป็นเพียงแค่ทำเป้าหมายตามความสามารถของตนเองให้ดีที่สุด และ 5) Learning Point คือ เมื่อถึงการสอบประมวลผลหรือการสอบปลายภาค นักศึกษาสามารถที่จะใช้ความสามารถที่ตนเองพยายามทำ Rank มาตลอด มาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานจริง

การประเมินผลการเรียนรู้จากการสอบปลายภาค ผ่านบทละครเรื่อง แรงโลกีร์ (Desire under the Elms) ประพันธ์โดย ยูจีน โอ'นีล พบว่า ผลงานของนักศึกษามีลายเส้นที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น เข้าใจกระบวนการวาดทั้งเรื่องสัดส่วน มิติ ความสมจริง รวมถึงแนวคิดในการออกแบบตัวละคร ฉาก และเครื่องแต่งกายได้เป็นอย่างดี เมื่อเทียบกับชิ้นงานในชั้นเรียนที่ผ่านมา และจากผลการประเมินความพึงพอใจในชั้นเรียนในการออกแบบการสอนวิชาการวาดเส้นสำหรับงานออกแบบเพื่อศิลปะการแสดงด้วยเกมมิฟิเคชันครั้งนี้ พบว่านักศึกษามีความกระตือรือร้น และสนุกกับบรรยากาศในการเรียน การสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นการเรียนรู้ของนักศึกษาทำให้ประสิทธิภาพและพัฒนาการชิ้นงานของนักศึกษาดีขึ้นเป็นลำดับ จากคะแนนที่นักศึกษาได้รับในแต่ละสัปดาห์ สิ่งที่ผู้เขียนสังเกตได้คือพฤติกรรมของนักศึกษาในช่วงแรก อาจเกิดความไม่สนุก และไม่อยากมีส่วนร่วม เนื่องจากอาจไม่ถนัดการวาดรูป แต่เมื่อได้ทราบรูปแบบในการทำกิจกรรมว่าไม่เกี่ยวกับคะแนนเก็บงานของตนเอง และต้อง

พยายามที่จะอยู่ในระดับที่สูงเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่สบายขึ้น ก็จะเกิดการแข่งขันกับตนเอง และพยายามในการทำงานมากยิ่งขึ้น รวมถึงทำให้นักศึกษาหลายคนที่มักขาดเรียนบ่อย หรือทำงานไม่ตามเวลา เริ่มให้ความสำคัญกับการเรียน เริ่มเข้ามาขอคำปรึกษาในการวาดให้ดีขึ้น เพื่อให้ตนเองไม่อยู่ใน Rank ที่ต่ำ รวมถึงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของเพื่อน คนที่อยู่ใน Rank ที่ต่ำ ก็จะขอคำปรึกษาเพื่อน Rank สูง ก็จะเป็นระบบของเพื่อนช่วยเพื่อนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

8. ข้อเสนอแนะ

1) เมื่อมีการจัดลำดับ Rank อาจส่งผลกระทบสร้างแรงกดดันและความรู้สึกกับนักศึกษาที่ไม่ถนัดด้านการวาดเส้นโดยตรง ผู้สอนจำเป็นต้องสื่อสารรูปแบบและกระบวนการสร้างเงื่อนไขต่างๆ ให้ผู้เรียนเข้าใจ เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด ต้องเข้าช่วยเหลือ และอธิบายเหตุผลและแนวทางในการปฏิบัติงานครั้งต่อไป

2) การจัดลำดับ Rank ไม่ควรมีผลกับคะแนนชิ้นงานของนักศึกษาโดยตรง โดยคะแนนนั้นผู้เขียนจะพิจารณาถึงพัฒนาการวาดรูปของแต่ละคน ความเข้าใจ และความถูกต้อง ดังนั้น ทำให้นักศึกษาหลายคนที่ไม่ถนัดวาดรูป ยังมีโอกาสได้ Rank สูงเช่นเดียวกับคนที่วาดรูปเก่ง ให้ดูจากพัฒนาการและความถูกต้องของชิ้นงานมากกว่า

3) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจกรรมสำเร็จ สิ่งที่สำคัญคือต้องแจ้งเกี่ยวกับ Rank ให้นักศึกษาเข้าใจ ว่าไม่ใช่คะแนน เนื่องจากนักศึกษาจะเริ่มรู้สึกท้อ เมื่อตัวเองอยู่ใน Rank ที่ต่ำตลอด สาเหตุของการจัด Rank จริงๆ แล้วคือการแบ่งความสามารถของนักศึกษา เพื่อที่ครูจะได้ทราบว่าต้องเพิ่มและแก้ไขข้อบ่งพร่องของนักศึกษาแต่ละกลุ่มอย่างไร การให้สิทธิ์คนที่มี Rank สูงกว่า เป็นการให้นักศึกษามีความพยายามเพิ่มขึ้น เพื่อให้ตนเองได้สิทธิ์และได้งานที่สบายขึ้น ส่วนการเพิ่มจำนวนชิ้นงานหรือการใช้เวลาการทำงานมาเป็นเงื่อนไขนั้น ก็เพื่อให้กับนักศึกษาที่มี Rank ต่ำ ได้ฝึกทักษะเพิ่มขึ้น เพราะต้องตั้งใจมากขึ้น ได้ลองวาดซ้ำๆ ให้ชำนาญนั้นเอง

9. เอกสารอ้างอิง

ชัญญานุช รัตนวิชัย. (2561). *งานวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง การใช้เกมในการจัดการเรียนรู้เพื่อแก้ปัญหานักเรียนขาดความกระตือรือร้นในการเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1.* กรุงเทพมหานคร.

ไพฑูรย์ อนันต์ทเขต. (2560). *เรื่องราวที่น่าสนใจ เกี่ยบกับ Game-Based Learning.* [ออนไลน์] แหล่งที่มา: https://celt.li.kmutt.ac.th/km/index.php/game-based-learning/ [2 พฤศจิกายน 2561]

รักชน พุทธรังษ์. (2560). *การประยุกต์ใช้บอร์ดเกมเพื่อพัฒนาทักษะสื่อสารการแสดง.* วิทยานิพนธ์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรวัต นิ่มอนงค์. (2563). *Gamification กับการออกแบบชั้นเรียน Part1.* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://inskru.com /idea/-M3LsZUo3EmIdVP0CVLs (25 กันยายน 2563).

วรัตตน์ อินทสระ. (2562). *เปลี่ยนห้องเรียนเป็นห้องเล่น. เอกสารประกอบการอบรมและปฏิบัติการ.* มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

สกุลบุตร เอกวิทยานิพนธ์. (2560). *การเรียนเรียนรู้ด้วยบิร์ดเกม การเรียนแบบผสมผสานได้ความรู้พร้อมความสนุก.* [ออนไลน์] แหล่งที่มา: http://rollyourdice.co/author/lemononmars/ [25 ตุลาคม 2561]

สมจิต จันทร์ฉาย. (2557). *การออกแบบและพัฒนาการเรียนการสอน ตำราประกอบการสอนวิชา. เอกสารประกอบการเรียน.* คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

Glover, I. (2013). *Play as you learn: gamification as technique for motivating learners.*

Kapp, K. M., Blair, L., & Mesch., R. (2014). *The gamification of learning and instruction San Francisco*, Wiley.

ImJinah. (2562). *เกาหลีดินแดนเซอร์ไวเวิล! ส่องรายการเซอร์ไวเวิลค้นหาไอดอลเกาหลี ฟากฟันกันถึงพริกถึงขิง.* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://sudsapda.com/top-lists/164537.html (2 ตุลาคม 2563).

Maytwin P. (2017). *Gamification. เปลี่ยนบทจากผู้เล่นมาเป็นผู้สร้าง.* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://medium.com/base-the-business-playhouse/gamification-เปลี่ยนบทจากผู้เล่นมาเป็นผู้สร้าง-3413839e493d (25 กันยายน 2563).

อิทธิพลของโปรซูเมอร์ในโซเชียลมีเดียกับการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมือง

SOCIAL MEDIA PROSUMER INFLUENCES TOWARD POLITICAL PARTICIPATION

นิโลบล วงศ์ภัทรนนท์

สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Nilobon.vo@spu.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เข้ามามีบทบาทต่อการสร้างแรงจูงใจในสังคมร่วมสมัยผ่านสื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในโลกออนไลน์ ในกลุ่มผู้รับสารนี้มีสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้บริโภคข่าวสาร (Consumer) และผู้ผลิตสาร (Prosducer) ที่เรียกว่า โปรซูเมอร์ (Prosumer) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารเชิงรุก (Active Audiences) ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์และกลายเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่นในการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Platform) ต่างๆ จากทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทอด (Two-step Flow Theory) ของ Lazarsfeld พบว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมากทั้งการมีส่วนร่วมแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยโปรซูเมอร์ได้เข้ามาเติมเต็มช่องว่างทั้ง 3 ปัจจัยในแบบจำลองเจตจำนงนิยมภาคพลเมือง (Civic Voluntarism Model) อันนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้แก่ 1) แหล่งทรัพยากร (Resources) 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเข้าร่วม (Psychological Engagement) 3) ปัจจัยด้านการสรรหาเครือข่าย (Recruitment Networks) ด้วยเหตุนี้โปรซูเมอร์ในโซเชียลมีเดียจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงกระตุ้นในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: โปรซูเมอร์, การมีส่วนร่วมทางการเมือง, ผู้นำทางความคิด, ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทอด, โซเชียลมีเดีย.

ABSTRACT

In this present day of contemporary society, social media has contributed a significant role in persuading process through interpersonal communication via online platform. Among social media consumers, there is a media person who rises up from active audience and played both part of being a consumer and a producer called Prosumer. Prosumer gradually steps up to become an opinion leader (OL) who has an influence on political participation through various online and offline activities. The conclusion from Lazarsfled's Two-step Flow theory can be inferred that interpersonal communication has major impact on both online and offline political participation by full-filling the gap of Civic Voluntarism Model which consists of 3 elements those lead to Political Participation: 1) Resources 2) Psychological Engagement 3) Recruitment Network. Therefore, Prosumer in Social Media has played an important part of creating a wave of political participation nowaday.

Keywords: Prosumer, Political Participation, Opinion Leader, Two-step Flow theory, Social Media.

1. บทนำ

การเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียในยุคสังคมร่วมสมัยนี้ทำให้เกิดการแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานออกเป็นกลุ่มย่อยต่างๆ อาทิ ผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้นต่อข่าวสารทางการเมือง (Active Audiences) และผู้รับสารแบบตั้งรับ (Passive Audiences) (Prior, 2007) กลุ่มคนที่มีความตื่นตัวต่อข่าวสารทางการเมืองในเชิงรุกเหล่านี้เริ่มทวีความสำคัญต่อกลุ่มผู้ใช้งานทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) โดยการยกระดับจากผู้รับข่าวสารเป็นผู้ให้คำแนะนำข่าวสาร ข้อมูลทางการเมืองและนำเสนอมุมมองความคิดเห็นของตนเอง ซึ่งพฤติกรรมและองค์ความรู้ของพวกเขากลายมาเป็นกระแสของข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ในสื่อ (Bode, 2015) กลายเป็นผู้มีอิทธิพลต่อกลุ่มคนอื่นๆหรือที่เรียกว่า “ผู้นำทางความคิด” หรือ Opinion Leader (OL) คือ ผู้ที่สามารถสร้างอิทธิพลในการชักจูงให้คนตั้งคำถามเกี่ยวกับประเด็นต่างๆที่ตนนำเสนอทั้งในบริบทออฟไลน์ (Thorson, 2014) และออนไลน์ (Weeks, Ardevol-Abreu และ Zuniga, 2015) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกโซเชียลมีเดียซึ่งผู้รับสารมีความกระตือรือร้นในการค้นหาข้อมูลที่เป็นกระแสนิยม ข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และพึ่งพาความคิดเห็นจากผู้อื่นในเครือข่ายเพื่อจัดวางพฤติกรรมและมุมมองของตนเอง (Bode, 2015; Bond และคณะ, 2012)

ในกลุ่มผู้ใช้งานในโซเชียลมีเดียนี้มีกลุ่มผู้รับสารที่คุณมีลักษณะพิเศษที่เรียกว่า โปรซูเมอร์ (Prosumer) นี้มีลักษณะของเป็นทั้งผู้รับสาร (Consumers) และผู้ผลิตสาร (Producers) (Ritzer, Dean & Jurgenson, 2012) ที่มีส่วนร่วมในพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียอยู่ในระดับสูงและกลายเป็นผู้นำทางความคิดในเรื่องต่างๆรวมไปถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง ซึ่งตามความคิดของ Lazarsfeld และคณะ (1944) จากทฤษฎีการสื่อสาร Two-step Flow ได้ให้ความหมายของผู้นำทางความคิดว่า คือตัวแทนของปัจเจกที่บริโภคข้อมูลข่าวสารและแบ่งปันให้กับผู้อื่น ส่วนKatz และ Lazarfeld (1955) กล่าวว่าผู้นำทางความคิด คือผู้ที่ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นโปรซูเมอร์จึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้นำทางความคิดในบริบทของยุคออนไลน์นี้ ซึ่งเกิดกลุ่มผู้รับสารที่ทำหน้าที่ผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของตนเองและเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย โดยข้อมูลข่าวสารหรือความคิดที่ถูกนำเสนอโดยโปรซูเมอร์เหล่านี้ได้ถูกบริโภคต่อเป็นทอดไปยังกลุ่มผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารน้อยกว่าหรือกลุ่มผู้รับสารแบบตั้งรับและมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มคนเหล่านั้น ซึ่งโปรซูเมอร์ในโซเชียลมีเดียอาจมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามบริบทของช่องทางการสื่อสาร เช่น Youtuber คือ โปรซูเมอร์ ทางช่อง Youtube, Blogger คือ โปรซูเมอร์ ทาง Blog, ดาว Tik-Tok คือ โปรซูเมอร์ ทางแอปพลิเคชัน (Application) Tik-Tok เป็นต้น

การมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นอาจเกิดขึ้นได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Barnes และคณะ, 1979) หรืออาจแบ่งเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์(Online Political Participation) และออฟไลน์ (Offline Political Participation) (Gil de Zúñiga, Jung และ Valenzuela, 2012) ซึ่ง Calenda และ Meijer (2009) กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางออนไลน์นั้นจะสะท้อนการมีส่วนร่วมทางออฟไลน์เช่นกัน ดังนั้นอิทธิพลของโปรซุเอร์ทางโซเชียลมีเดียก็จะส่งผลต่อการมีส่วนรวมทางการเมืองทั้งทางออนไลน์ เช่น เมื่อผู้นำทางความคิดในโซเชียลมีเดียมีการโพสลงในเพจเฟสบุ้คเพื่อขอรับบริจาคเงินสนับสนุนกิจกรรมทางการเมือง หรือการทวีตการขอรายชื่อลงนามเพื่อสนับสนุนการรณรงค์ทางการเมืองต่างๆ และอาจนำไปสู่กิจกรรมทางการเมืองแบบออฟไลน์ เช่น การเข้าร่วมชุมนุม, การเคลื่อนไหวทางการเมือง, การเดินขบวนประท้วง เป็นต้น แต่การมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นจำเป็นต้องอาศัยปัจจัย 3 ประการ ซึ่ง Verba, Schozman, Brady และ Nie (1993) ได้อธิบายเอาไว้ว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองดังแบบจำลองเจตจำนงนิยมภาคพลเรือน (Civic Voluntarism Model) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ จะพบว่าโปรซูเมอร์มีบทบาทสนับสนุนปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้

บทความนี้จึงเป็นการนำโมเดลการสื่อสารแบบสองทอดจากทฤษฎี Two-step Flow มาอธิบายในส่วนของอิทธิพลของการไหลเวียนเปลี่ยนถ่ายการสื่อสาร (Flow of Communication) ระหว่างผู้นำทางความคิดในโซเชียลมีเดียที่เรียกว่า โปรซูเมอร์ ในการเติมเต็มช่องว่างของปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้ง 3 องค์ประกอบจากแบบจำลองเจตจำนงนิยมภาคพลเรือน

2. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโปรซูเมอร์ในโลกโซเชียลมีเดียกับการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามแบบจำลองเจตจำนงนิยมภาคพลเรือน

3. ผู้นำทางความคิดในโซเชียลมีเดียกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

Baruah (2012) กล่าวว่า โซเชียลมีเดียคือการใช้ เครือข่าย Web-based และเทคโนโลยีไร้สายที่สามารถเคลื่อนที่ได้ในการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน ซึ่งปรากฏในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนิตยสาร, Internet Forum, Weblogs, Social Bogs, Microblogging, Wikis, Podcasts, รูปถ่าย, คลิปวีดีโอ จุดเด่นของสื่อประเภทนี้ก็คือการเผยแพร่และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารกันในกลุ่มคนที่มีความแตกต่างและหลากหลายทางความคิดกัน วัยรุ่นจำนวนมากนิยมใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงข้อมูลต่างๆรอบตัวที่รวดเร็วและมีความเป็นปัจจุบันสมัย รวมถึงเพื่อการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้อย่างฉับพลันทันที พัฒนาการในการสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนหลากหลายรูปแบบของโซเชียลมีเดียนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เป็นต้นว่า ในรูปแบบของ เครือข่ายโซเชียล เช่น MySpace (2003), LinkedIn (2003), Facebook (2004) และ Twitter (2006) หรือในรูปแบบ Blog ต่างๆ อาทิ BlogSpot.com, Wordpress.com, Blogger.com ซึ่งรูปแบบที่แตกต่างของโซเชียลมีเดียนั้นมีวิธีสร้างการมีกลยุทธ์ในการส่วนร่วมทางสังคมที่แตกต่างกัน ดังที่ Makela (2019) ได้กล่าวถึงโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันว่า

Facebook มีเป้าหมายในเป็นจุดเชื่อมโยงการติดต่อระหว่างเพื่อน ครอบครัว และชุมชนต่างๆ จุดเด่นคือโดยผู้ที่เข้าร่วมนั้นจะต้องมีตัวตนเป็นมนุษย์จริงๆ (Real People) และการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีได้หลากหลายวิธี เช่น การพิมพ์ข้อความ โพสรูปภาพ คลิปวีดีโอ บทความ เพจ การไลฟ์สด เป็นต้น

Instagram มีวัตถุประสงค์ในการแบ่งปันรูปภาพและคลิปวีดีโอในคนที่มีจุดร่วมความสนใจเดียวกัน จุดเด่นคือ การสื่อสารโดยการเล่าเรื่องที่มีภาพประกอบ และการค้นหาบุคคลที่มีความสนใจเดียวกัน การปฏิสัมพันธ์ผ่าน IG นั้นได้แก่ การโพสภาพและคลิป การตกแต่งภาพด้วยเทคนิคพิเศษ การไลฟ์สด เป็นต้น

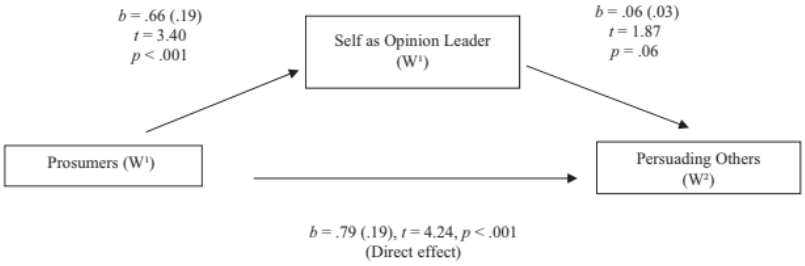
Twitter เป็นช่องทางในการแชร์ข้อความเพื่อเชื่อมโยงบุคคลรอบๆตัวกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม มีจุดเด่น คือ การติดตามหรือ Retweet ข้อความต่อกันนั้น ผู้ใช้งานไม่จำเป็นเพื่อนกันแต่หมายถึงมีความเกี่ยวข้องหรือมีความสนใจในสิ่งเดียวกัน และข้อความข่าวสารนั้นมีความเป็นปัจจุบันสมัยมาก

การสื่อสารแบบออนไลน์นี้มีศักยภาพในการเพิ่มความระแวดระวังต่อการเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคม และนำเสนอโอกาสในการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนเสมือนจริง ซึ่งการมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์นั้นจะนำมาสู่การมีส่วนร่วมในโลกออฟไลน์เช่นกัน Boyd และ Ellison, (2008) พบว่าโซเชียลมีเดียนั้นมีทั้งอิทธิพลเชิงบวกและเชิงลบต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มวัยรุ่น เช่น สามารถใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสนับสนุนให้กลุ่มวัยรุ่นมาใช้สิทธิ์ใช้เสียงในการลงคะแนนเลือกตั้ง หรืออาจใช้โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือเพื่อปลุกปั่นให้กลุ่มวัยรุ่นก่อความรุนแรงต่อกิจกรรมทางการเมือง ในสหรัฐอเมริกานั้นการใช้งานของโซเชียลมีเดียถือเป็นการแสดงจุดยืนทาง

การเมืองอย่างหนึ่งและกระตุ้นให้ผู้อื่นมีการแสดงออกทางการเมือง 39% ของผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียได้แสดงออกถึงอุดมการณ์ที่มีต่อพรรค Democrats (PEW, 2012) บทบาทของโซเชียลมีเดียในสังคมอเมริกันจึงเป็นการแสดงตัวตนทางการเมืองซึ่งเป็นพื้นที่ในการแสดงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนทุกเพศทุกวัย

การแสดงออกทางการเมืองนั้นนอกเหนือจากจะมาจากการเสพข่าวสารจากสื่อมวลชนแล้ว ยังมีอีกปัจจัยที่เข้ามามีอิทธิพลไม่แพ้การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นั่นคือ อิทธิพลจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ได้แก่ คุณลักษณะของ “ผู้นำทางความคิด” (Opinion Leader) ซึ่งเป็นลักษณะของคนที่มีภาวะความเป็นผู้นำที่สามารถรวบรวมกลุ่มคนให้เข้ามาสนใจหรือพบปะพูดคุย ปฏิสัมพันธ์กันได้ (Opinion Leader Traits) Katz และ Lazarfeld (1955) พบว่า ผู้นำทางความคิดจะมีความสัมพันธ์แบบรับ-ส่ง (Give and Take) ในระดับชีวิตประจำวันกับบุคคลอื่นๆ เป็นต้นว่า อาจเป็นกลุ่มเพื่อนสนิท, ญาติพี่น้อง หรือ ดารานักแสดงที่เราชื่นชอบและติดตามผลงานอยู่เป็นประจำ การเป็นผู้นำทางความคิดนั้นจึงเป็นการประกอบสร้างทางสังคมจากความสัมพันธ์ส่วนบุคคล หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้นำทางความคิดคือ 1) ผู้ที่ให้มุมมองส่วนตัวกับคุณค่าของเรื่องต่างๆ เช่น แสดงจุดยืนทางการเมืองว่าไม่สนับสนุนการใช้ความรุนแรง หรือแสดงออกว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานการณ์ทางการเมือง 2) มีความคุ้นเคยกับประเด็นต่างๆที่หยิบยกเอามากล่าวถึง เช่น เป็นผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมทางการเมือง มีประสบการณ์โดยตรงในการเข้าไปสังเกตการณ์ในการชุมนุม หรือเป็นแกนนำในการประท้วง หรือเป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง 3) มีตำแหน่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายทางสังคม เป็นต้นว่ามีผู้ติดตามในสื่อโซเชียลมีเดียจำนวนมาก หรือคนรีทวีตข้อความต่อกันไปเป็นจำนวนมาก ทำให้ข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นที่เกิดจากผู้ใช้สื่อโซเชียลมีเดียนั้น ถูกยกระดับขึ้นเป็นข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของผู้อื่น ซึ่งอาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทางออนไลน์ ได้แก่ การกดไลค์ กดแชร์ หรือแสดงความคิดเห็น ทางออฟไลน์ ได้แก่ การเข้าร่วมการชุมนุมในสถานที่ต่างๆดังที่ได้มีการโพสเชิญชวน เป็นต้น

จากแนวความคิดนี้ Choi (2014) นำเรื่องผู้นำทางความคิดจากโมเดลการสื่อสารแบบ Two-step Flow มาใช้ในการศึกษาในทวิตเตอร์และพบว่าพลวัตในโลกสาธารณะนั้นการสื่อสารแบบสองทอดของ Lazarsfeld สามารถนำมาใช้อธิบายในบริบทของพื้นที่การสื่อสารแบบออนไลน์ได้เป็นอย่างดี และต่อมา Weeks, Ardevol-Abreu และ Zuniga (2015) ได้นำคุณลักษณะของความเป็นผู้นำทางความคิดมาใช้ในการศึกษาการสร้างจูงใจให้การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Persuasion) ผ่านช่องทางของสื่อโซเชียลมีเดียและพบว่า มีลักษณะของผู้รับสารที่กลายเป็น Prosumer คือเป็นทั้งผู้บริโภคสื่อ(Consume) ผลิตสื่อ (Produce) แล้วยังเป็นผู้แพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร (Distribute) ไปยังผู้อื่นอีกด้วย ในกลุ่มนี้จะมีบางส่วนที่เรียกตนว่าเป็น “ผู้นำทางความคิด” ซึ่งมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างจากกลุ่มที่เป็นผู้รับสารทั่วไป โดยกลุ่มคนที่เป็นผู้นำทางความคิดนั้นนอกจากจะรับบทบาทสำคัญในการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารอื่นๆแล้ว ยังเป็นแนบเอาอิทธิพลทางการเมืองไปสู่กลุ่มคนที่ได้พบปะพูดคุยผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งการเป็นผู้นำทางความคิดนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือในการชักจูงให้ไปเลือกตั้งหรือเปลี่ยนใจจากผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ตั้งใจไว้ตั้งแต่แรก จากการศึกษาเรื่อง Prosumer ของ Weeks, Ardevol-Abreu และ Zuniga, (2015) พบว่า Prosumer ที่เป็นผู้นำทางความคิดนั้นสามารถสร้างแรงจูงใจทางการเมืองต่อผู้อื่นได้ดังภาพ



ภาพที่ 1 Indirect Effect of Prosumers on frequency of Persuading others

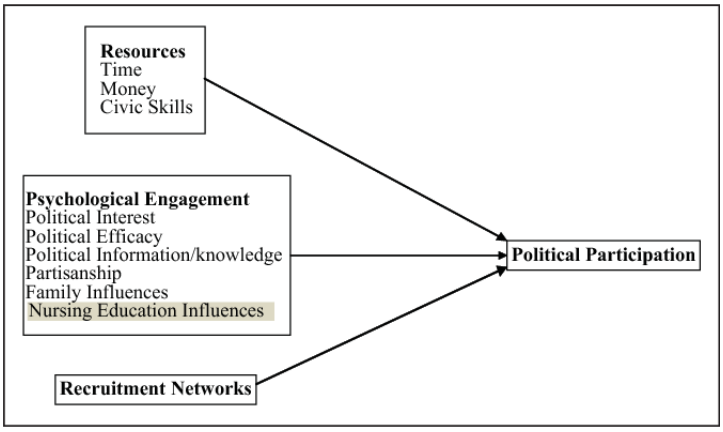
ที่มา: Weeks และคณะ (2015)

จากภาพนี้เราสามารถอธิบายให้เห็นได้ว่า Prosumer และโปรซูเมอร์ที่เป็นผู้นำทางความคิดสร้างผลกระทบทางอ้อมในการชักจูงผู้อื่นได้อย่างมีนัยยะสำคัญที่ .001 ดังนั้นหากกลุ่มคนที่เป็นโปรซูเมอร์เหล่านี้จึงทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองก็อาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบต่างๆได้

"การมีส่วนร่วมทางการเมือง" นั้นเป็นทักษะส่วนบุคคลและถือเป็นหน้าที่พลเมืองอย่างหนึ่ง เป็นการกระทำของปัจเจกทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งแบบสมัครใจและไม่สมัครใจในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง (Verba & Nia 1972) โดย Barnes และคณะ (1979) มีการแบ่งประเภทของการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็น 1) แบบเป็นทางการ (Conventional) 2) แบบไม่เป็นทางการ (Non-Conventionnal) ซึ่งไม่เป็นที่นิยมนักในปัจจุบัน ในอีกมิติหนึ่งของการแบ่งประเภทการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่นิยมในปัจจุบันนั้น จำแนกออกเป็น 1) การมีส่วนร่วมทางการเมืองออนไลน์ (Online political Participation) อาทิเช่น การเขียนอีเมลล์หรือส่งข้อความถึงนักการเมืองหรือพรรคการเมือง การส่งข้อความถึงบรรณาธิการหนังสือในประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การอาสาเข้าร่วมในการรณรงค์ต่างๆทางการเมือง เป็นต้น (2) การมีส่วนร่วมทางการเมืองออฟไลน์ (Offline political Participation) เป็นต้นว่า การเข้าร่วมประชาพิจารณ์ การโทรหรือส่งจดหมายไปยังสายตรงที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง พูดคุยกับนักการเมือง สวมตราสัญลักษณ์ของพรรคการเมือง เช่น เข็มกลัด หมวก หรือเสื้อ เข้าร่วมการประท้วงหรือการชุมนุมทางการเมือง เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเมือง หรือกลุ่มที่มีความสนใจเกี่ยวข้องกับการเมือง การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น (Gil de Zúñiga, Jung และ Valenzuela, 2012) ส่วน Jones-Correa และ Leil (2001) แบ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็นสองประเภทคือ 1) การมีส่วนร่วมที่เกี่ยวกับการลงคะแนนเสียง (Electoral Participation) เช่น การใช้สิทธิ์เลือกตั้ง, การลงนามถอดถอนสมาชิกสภา และ 2) การมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ไม่เกี่ยวกับการลงคะแนนเสียง (Non-electoral Participation) เช่น การบริจาคเงินให้กับพรรคการเมือง การทำจิตอาสาเข้าร่วมรณรงค์ทางการเมือง เป็นต้น

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง

นอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก Prosumer หรือผู้นำทางความคิดทางโซเชียลมีแล้ว Verba, Schozman, Brady และ Nie (1993) ได้คิดค้นแบบจำลองเจตจำนงนิยมภาคพลเมือง (Civic Voluntarism Model) ซึ่งอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง ดังภาพ



ภาพที่ 2 Civic Voluntarism Model

ที่มา: Verba, Schozman, Brady และ Nie (1993)

จากแบบจำลองนี้นี้อธิบายว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง ประกอบด้วย

1) แหล่งทรัพยากร (Resources) ได้แก่ เวลา (Time) ทุนทรัพย์ (Money) และทักษะของพลเมือง (Civic Skills) การมีส่วนร่วมทางการเมืองต้องอาศัยแหล่งทรัพยากรทั้ง 3 ด้านนี้ เช่น การชุมนุมเพื่อประท้วงหรือการเดินขบวนเพื่อเรียกร้องสิทธิ์อาจกระทำการได้ยากสำหรับประชากรในกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำ มีสถานะทางเศรษฐกิจฝืดเคือง หรือมีระดับการศึกษาไม่สูงมาก เพราะมีข้อจำกัดด้านเวลาที่ต้องทำงานจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เช้าจรดเย็น จึงไม่สามารถสละเวลามาเข้าร่วมการชุมนุมได้เป็นเวลานาน และไม่มีเวลาในการเสพข่าวสารทางการเมืองได้ตลอดเวลาจึงอาจขาดข้อมูลข่าวสารในการสร้างแรงจูงใจให้มีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งโปรซูเมอร์ได้เข้ามาทำหน้าที่ในการเป็นสื่อบุคคลที่กระจายข่าวสารทางการเมืองโดยอาศัยความไว้เนื้อเชื่อใจจากกลุ่มคนที่ติดตามตนเองทางโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการมีส่วนร่วมทางการเมือง เราจึงได้เห็นปรากฏการณ์การชุมนุมแบบแฟลชม็อบ (Flashmob) ในหลายพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เกิดจากการกระจายข่าวสารของโปรซูเมอร์ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆและสร้างให้เกิดพลังของมวลประชาชนในการเรียกร้องสิทธิ์ โดยพยายามลดข้อจำกัดด้านแหล่งทรัพยากรเพื่อให้คนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้มากขึ้น เป็นต้นว่า การนัดชุมนุมในช่วงเย็นและค่ำซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกงาน, การชุมนุมที่ไม่ได้ยืดเยื้อข้ามวันติดต่อกันเป็นระยะเวลานานทำให้กลุ่มคนที่หาเช้ากินค่ำและกลุ่มวัยทำงานสามารถเข้าร่วมได้สะดวกมากขึ้น, การชุมนุมที่มีการกระจายจุดการรวมตัวไปยังพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถไฟฟ้าและขนส่งมวลชน รวมไปถึงการกระจายจุดชุมนุมไปยังพื้นที่ที่เป็นสัญลักษณ์ทางการเมืองต่างๆ เช่น อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย, อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, วงเวียนบางเขน (อนุสาวรีย์บางเขน) เป็นต้น

นอกเหนือจากการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออฟไลน์แล้ว สำหรับประชาชนที่มีทักษะในการเข้าถึงเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารจากออนไลน์ก็สามารถมีส่วนร่วมทางการเมืองทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ได้ เช่น การรับบริจาคเพื่อสนับสนุนพรรคการเมืองทางออนไลน์, การโพสรูปภาพหรือข้อความแสดงจุดยืนทางการเมือง ส่วนประชาชนที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ด้วยข้อจำกัดทางทักษะพลเมืองต่างๆ เช่น ระดับการศึกษา ความรู้ รายได้ ก็สามารถมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบอื่นๆได้ เช่น การติดโปสเตอร์สนับสนุนทางการเมืองที่หน้าบ้าน, การสวมเสื้อเพื่อแสดงจุดยืนทางการเมือง ซึ่งอาจจะใช้แหล่งทรัพยากรน้อยกว่าการไปร่วมชุมนุม การเดินขบวน หรือการเข้าร่วมกลุ่มต่อต้านทางการเมืองต่างๆ

2) ปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเข้าร่วม (Psychological Engagement) ได้แก่ ความสนใจในการเมือง (Political Interest), ความศรัทธาต่อระบบการเมือง (Political Efficacy), ความรู้ด้านการเมือง (Political Information/Knowledge), ความเป็นพรรคพวก (Partisanship), อิทธิพลจากครอบครัว (Family Influences) และการอบรมบ่มเพาะจากระบบการศึกษา (Nursing Education Influences) เป็นต้น ซึ่งในปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเข้าร่วมเหล่านี้ โปรซูเมอร์ทางโซเชียลมีเดียทำหน้าเข้ามาเติมเต็มช่องว่างที่ขาดหายไปในหลายรูปแบบ เป็นต้นว่า หากความสนใจในการเมือง (Political Interest) อยู่ในระดับต่ำ ผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียก็จะมีแนวโน้มในการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่ำ (Bode, 2015) ดังนั้น หากโปรซูเมอร์ที่เราใกล้ชิดติดตามในโซเชียลมีเดียมีการโพสข่าวสารทางการเมืองในประเด็นต่างๆ ก็สามารถดึงความสนใจของเราให้เข้าไปค้นหาข้อมูลทางการเมืองมากขึ้นซึ่งนอกจากจะกระตุ้นความสนใจทางการเมืองของเราแล้ว ยังส่งผลต่อระบบอัลกอริทึ่ม (Algorithm) และระบบค้นหา (Search Engine) ทำให้เมื่อเราเข้าไปในโซเชียลมีเดียเหล่านั้น เราก็จะพบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเมืองมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งก็จะเป็นการสร้างช่องทางการเปิดรับให้เกิดองค์ความรู้ทางการเมืองที่มากขึ้น หรือในบางกรณีกลุ่มผู้นำทางความคิดทางโซเชียลมีเดียอาจเป็นผู้นำเสนอองค์ความรู้ทางการเมืองจากมุมมองของเขาเอง และเมื่อเราได้เสพข่าวสารเหล่านั้นบ่อยครั้งก็จะเกิดความเชื่อถือศรัทธาต่อระบบการเมืองในรูปแบบเดียวกันกับผู้นำทางความคิดหรือโปรซูเมอร์ที่เราติดตาม

นอกเหนือจากโปรซูเมอร์ที่เป็นบุคคลสาธารณะที่เราใกล้ชิดติดตามแล้ว โปรซูเมอร์ที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองยังรวมไปถึงครอบครัว เครือญาติ เพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมงาน ตามทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทอดนั้น กล่าวว่าการที่เราเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากคนที่เราเชื่อถือไว้ใจมีผลต่อทัศนคติ ความคิด พฤติกรรมของเรามากกว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน หรืออาจกล่าวได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่เราได้รับสื่อบุคคลที่เราไว้เนื้อเชื่อใจนั้นจะส่งผลต่อเรามากกว่าข้อมูลข่าวสารที่มาจากสื่อสาธารณะ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสูงอย่างข่าวทางหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ แต่จากทฤษฎีนี้พบว่าผู้คนมีแนวโน้มที่จะเชื่อข่าวสารจากคนที่ตัวเองรู้สึกสนิทสนมและไว้ใจมากกว่า ดังนั้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นจึงได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารระหว่างบุคคลค่อนข้างมาก ซึ่งครอบครัวและสถาบันการศึกษาถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านจิตวิทยาในการปลูกฝังการมีส่วนร่วมทางการเมือง

3) ปัจจัยด้านการสรรหาเครือข่าย (Recruitment Network) ในระบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองในอดีตนั้นการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองอาจมีข้อจำกัดจากปัจจัยที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ในยุคปัจจุบันการสรรหาเครือข่ายสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและสะดวกต่อการเข้าถึงมากขึ้นจากการค้นหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นการค้นหาเครือข่ายทางการเมืองในปัจจุบันจึงง่ายขึ้นกว่าแต่ก่อนเพราะพรรคการเมืองหรือกลุ่มแนวคิดทางการเมืองต่างๆมักจะมีช่องทางออนไลน์เพื่อใช้ติดต่อและประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ติดตาม (Followers) เป็นต้นว่า การมี Facebook Fan Page ของพรรคการเมืองต่างๆ หรือการที่นักการเมืองแต่ละคนมี Instagram เป็นของตนเองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยโปรซูเมอร์นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ก่อตั้งเครือข่ายทางการเมืองแต่อาจเป็นผู้ที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายทางการเมืองต่างๆ เช่น การแชร์ข่าวสารจากเพจที่แสดงจุดยืนทางการเมืองของนักศึกษาในสถาบันต่างๆ, การรีทวีตข้อความที่เกี่ยวข้องกับการนัดหมายในการชุมนุม, การไลฟ์สดการเคลื่อนไหวทางการเมือง เป็นต้น ดังนั้นเมื่อมีโปรซูเมอร์เข้ามากระตุ้นก็ทำให้เกิดการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้น ทำให้เกิดการตื่นตัวทางการเมืองของผู้คนทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

5. สรุป

การมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นเป็นบทบาทหน้าที่อย่างหนึ่งของพลเมืองซึ่งนอกเหนือจากอิทธิพลของสื่อกระแสหลักในการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองแล้ว การสื่อสารระหว่างบุคคลในโซเชียลมีเดียก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทรงอิทธิพลอย่างมากในยุคปัจจุบัน โปรซูเมอร์ คือสื่อบุคคลที่มีบทบาทเป็นผู้นำทางความคิดสร้างแรงจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้กับกลุ่มคนที่ใกล้ชิดติดตาม โดยโปรซูเมอร์นอกจากจะเป็นบุคคลสาธารณะที่มีชื่อเสียง มีผู้ติดตามจำนวนมากผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ แล้ว ยังรวมไปถึงคนในครอบครัว เครือญาติและบุคคลแวดล้อมในโซเชียลมีเดียที่เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองและส่งผลต่อความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของเรา โดยการสร้างแรงกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) แหล่งทรัพยากร 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเข้าร่วม 3) ปัจจัยด้านการสรรหาเครือข่าย ซึ่งโปรซูเมอร์ในโซเชียลมีเดียได้เข้ามาเป็นสะพานเชื่อมโยงและผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเติมเต็มองค์ประกอบต่างในฐานะ การเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ การเพิ่มระดับความสนใจทางการเมือง การเป็นสะพานเชื่อมโยงเครือข่ายทางการเมืองต่างๆ เป็นต้น

ในสังคมประชาธิปไตยนั้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองถือเป็นการแสดงออกถึงสิทธิ์ เสรีภาพและพลังของปัจเจกชนที่สามารถพึงกระทำได้ภายใต้ขอบเขตของการเคารพกฎหมายและความสงบสุขของบ้านเมืองไม่ว่าจะเป็นทางออนไลน์หรือออฟไลน์ ดังนั้นโปรซูเมอร์หรือผู้นำทางความคิดในโซเชียลมีเดียที่ดีนั้นควรสร้างอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่จะนำไปสู่การสร้างความก้าวหน้าและพัฒนาประเทศไปร่วมกันอย่างสันติวิธี

6. ข้อเสนอแนะ

บทความวิชาการนี้เป็นการกล่าวถึงภาพรวมของโปรซูเมอร์โดยยังมิได้มีการอ้างอิงบริบทจากวัฒนธรรมการเมืองการปกครองของประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่เป็นเพียงการกล่าวถึงภาพรวมโดยทั่วไปของโปรซูเมอร์ ซึ่งหากมีการนำไปทำเป็นงานวิจัยควรจะมีการเจาะลึกลักษณะของอิทธิพลจากโปรซูเมอร์ในแต่ละประเภทและในบริบทของสังคมวัฒนธรรมที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถเข้าใจอิทธิพลของสื่อบุคคลต่อการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละรูปแบบ

7. เอกสารอ้างอิง

Barnes, S. H., Kaase, M., Allerbeck, K. R., Farah, B. G., Heunks, F., Inglehart, R., Jennings, M. K., Klingemann, H-D., Marsh, A. & Rosenmayer, L. (1979). *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*. Beverly Hills, CA: Sage.

Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5).

Bode, L. (2015). Political news in the news feed: Learning politics from social media. *Mass Communication and Society*. Advance online publication. doi: 10.1080/15205436.2015.1045149. Retrieved from http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2015.1045149

Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Settle, J. E., & & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295–298. doi: 10.1038/nature11421

Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Difinition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230.

Calenda, D. and Meijer, A. (2009) 'Young people, the Internet and political participation. Findings of a web survey in Italy, Spain and The Netherlands'. *Information, Communication and Society*, 12 (6): 879-98.

Choi, S. (2014). The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums. Social Science Review, 33(6), 696-711.

Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336, https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x.

Jones-Correa, M. A. & Leil, D. (2001). Political Participation: Does Religion Matter?, *Political Research Quaterly*, 54(4), 751-770..

Katz, E., & Lazarsfeld, F. P. (1955). *Personal influence; the part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, IL: The Free Press.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Hazel, G. (1944). *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, NY: Duell, Sloan & Pearce.

PEW Research Center for the People and the Press. (2012, October 19). *Social Media and political Engagement*. Retrieved from https://www.pewinternet.org/2012/10/19/social-media-and-political-engagement.

Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York, NY: Cambridge University Press.

Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The coming age of the prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56, 379–398. doi: 10.1177/0002764211429368

Thorson, E. (2014). Beyond opinion leaders: How attempts to persuade foster political awareness and campaign learning. Communication Research, 41, 353–374. doi:10.1177/0093650212443824.

Valenzuela, S., Kim, Y., & Gil de Zúñiga, H. (2012). Social networks that matter: Exploring the role of political discussion for online political participation. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(2), 163–184.

Verba, S. & Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper and Row.

Verba, S., Schlozman, K. L., Brady, H., & Nie, N. H. (1993). Citizen Activity: Who Participates? What Do They Say?. *The American Political Science Review*, 87(2), 303-318.

Weeks, Brian. & Ardèvol-Abreu, Alberto. & Gil de Zúñiga, Homero. (2015). Online Influence? Social Media Use, Opinion Leadership, and Political Persuasion. International Journal of Public Opinion Research. 29. edv050. 10.1093/ijpor/edv050.

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

BEHAVIOR ON EXPOSURE TO FACEBOOK FANS OF THE TEEN IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

ศศิภัทร อัมพวรรณ

อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Sasipart.am@spu.sc.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล" ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 2.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศ 3.) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 420 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา จากค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ ค่าสถิติ t-test และวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก การใช้งานเฟซบุ๊กโดยใช้ทุกวัน และระยะเวลาการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง ระดับความคิดเห็นลักษณะประเภทของเนื้อหาข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กเกี่ยวกับขายสินค้าและบริการ อยู่ในระดับบ่อยมาก การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กเพื่อให้เกิดประโยชน์สามารถติดตามสถานการณ์ประจำวัน อยู่ในระดับมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ สามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ผลศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามเพศ วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t - test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในกรณี 2 กลุ่ม พบว่าวัยรุ่นที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก

ABSTRACT

Research "Behavior on exposure to Facebook fans of the teen in the Bangkok Metropolitan area" The researcher used survey method (Survey Research) with the objectives 1) to study the behavior of news exposure of using online social network in Facebook 2) to study the relationship of information exposure behavior using Facebook social network classified by gender 3) to study the comparison of news exposure behavior using Facebook social network by gender, age, level Questionnaire is a tool for data collection. The sample consisted of 420 people. The data was analyzed using descriptive statistics from statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation. Chi-square, t-test, and multiple regression

The research results were found that The respondents were more female than males. For education level, it was found that the respondents had a high school education. Have behavior of exposure to Facebook media Using Facebook by using every day And the duration of using Facebook at each time is less than 30 minutes per time. Level of opinion, type of content, news from Facebook media about selling products and services. Is on the scale very often Exposure to news from the Facebook media for the benefit of being able to monitor the daily situation At the highest level Comments on media literacy Able to distinguish articles or news information in Facebook that part of the information is fact Or comments There is a high average. Data analysis The relationship between sexes and adolescents' exposure to news on social networks, Facebook. In Bangkok and its vicinity It was found that adolescents in Bangkok and metropolitan areas had different sexes. There is no different in the news exposure behavior of using social networks, Facebook. The results of a comparative study of news exposure behavior classified by gender The statistics were analyzed by t-test to compare the differences in two groups of cases. There was no different level of opinion.

Keywords: media exposure behavior, online media , Facebook

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

โลกออนไลน์โลกแห่งเทคโนโลยีความก้าวหน้าของระบบอินเตอร์เน็ต คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ทางสังคมคือ เครือข่ายสังคมใหม่ที่รู้จักกันแพร่หลายว่า“สังคมออนไลน์” (Social Network) โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เป็นพื้นที่สาธารณะที่สมาชิกซึ่งก็คือ คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติและศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพและทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลกเป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่าเนื้อหาเรื่องราวประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวีดีโอ ที่สมาชิกเขียนและทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือของตนผ่านระบบอินเตอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เครือข่ายสังคมออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ก่อให้เกิดวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท

การติดต่อสารได้รวดเร็วกว้างไกลทั่วโลก โซเชียลมีเดียในประเทศไทยเป็นไปอย่างรวดเร็ว เพราะได้แรงหนุนมาจาก “สมาร์ทโฟน” ที่ปัจจุบันมีการวางจำหน่ายสมาร์ทโฟนรุ่นราคาไม่แพงออกมาขายอย่างมากมายหลากรุ่น หลายแบรนด์ ทำให้ประชาชนในประเทศไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และสะดวกขึ้น การเพิ่มขึ้นของจำนวนสมาร์ทโฟน และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต-สมาร์ทโฟน ย่อมส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งาน โซเชียลมีเดียเฟซบุ๊ก (Social Media Facebook) ได้รับความนิยมกันมากในหมู่วัยรุ่น และบุคคลที่

ต้องการสื่อสารกัน แม้ว่าเฟซบุ๊กจะถูกสร้างขึ้น เพื่อให้สามารถติดต่อสัมพันธ์กันในทางบวก แต่ในทางกลับกัน เฟซบุ๊ก ก็เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดอันตรายได้ในเวลาเดียวกัน เฟซบุ๊กจัดได้ว่ามีทั้งประโยชน์และโทษในตัวของมันเอง ประโยชน์ของ เฟซบุ๊ก สามารถใช้เว็บเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อความต่างๆทั้งภาพถ่ายและวิดีโอ หรือเอาไว้โชว์ผลงานอวดความเก๋า ความเก่งและเจ๋ง ทั้งของตัวเอง เพื่อนพ้องน้องพี่ แฟนคลับดารา หรือขององค์กร เพื่อส่งออกไปยังคนกลุ่มหนึ่งโดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด บางคนก็เรียกเป็นกลยุทธ์ปากต่อปาก หรือ Viral Marketing แค่โพสต์ข้อความลงไปในหน้า page เพื่อนๆหรือใครๆที่อยู่ใน Contacts List ก็จะได้รับข้อมูลเหล่านั้น และถ้าเนื้อหาต่างๆมีความน่าสนใจ มันก็จะถูกส่งต่อออกไปเรื่อยๆ ใครจะไปรู้ว่าข้อความนั้นอาจส่งไปไกลถึงอีกฝั่งนึงของโลก เฟซบุ๊ก ใช่ว่าจะมีแต่ประโยชน์ ในส่วนโทษของเฟซบุ๊ก นั้นหากผู้ใช้เสพติดมากเกินไปก็ทำให้เสียอะไรหลายๆอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเวลาส่วนตัวในชีวิตจริง ที่ต้องเสียไปโดยไม่มีประโยชน์อะไร เพราะว่ามัวแต่หมกมุ่นอยู่ในโลกออนไลน์ ดังนั้นผู้ใช้ควรรู้เท่าทันเทคโนโลยีและสิ่งยั่วยุต่างๆ ควรไตร่ตรองก่อนที่จะหลงเชื่อข้อความจากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในปัจจุบันผู้ใช้สื่อดิจิทัลทั่วโลกมากมาย โดยมีแนวโน้มที่จะมีการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กลุ่มวัยรุ่นถือเป็นกลุ่มเสี่ยงเพราะมีพฤติกรรมชอบทดลองสิ่งใหม่ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งผู้ปกครองไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของวัยรุ่นต่อด้านการสื่อสาร การติดต่อระหว่างเพื่อน ครูอาจารย์ การส่งการบ้าน หรือการพูดคุยชุมชนสังคมเครือข่ายออนไลน์ที่กว้างมาก บทบาทการสื่อสารโลกออนไลน์จึงถือว่าเป็นดาบสองคมที่มีทั้งด้านดีด้านลบ ที่ผู้ใช้ต้องเลือกและระมัดระวังภัยที่เข้ามาทุกรูปแบบ

ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยเพื่อนำไปใช้ด้านการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ เพื่อทำให้ทราบว่าวัยรุ่นเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กในด้านใดมากที่สุด เพื่อสามารถเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างแท้จริงและมีประสิทธิภาพ เพื่อทราบว่าวัยรุ่นมีความสามารถในวิเคราะห์ ประเมิน แยกแยะ ข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในด้านต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางที่ถูกต้องสำหรับวัยรุ่น เช่น การศึกษา การใช้ชีวิตในสังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรม วัฒนธรรมประเพณี ค่านิยม รวมทั้งการรับรู้ว่าสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของวัยรุ่น เพื่อให้วัยรุ่นมีการแสดงออกอย่างถูกครรลอง จึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เฟซบุ๊ก เพื่อการทราบถึงการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำแนกตามเพศ

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา

3. คำถามการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ ประสบ การณ์ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กหรือไม่อย่างไร

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันอย่างไร

3. การเลือกเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เช่น การพูดคุยกับเพื่อน การเล่นเกม การซื้อสินค้า การติดตามข่าวสารจากเพจดัง

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายออนไลน์สังคมเฟซบุ๊ก ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ การแสดงออก อารมณ์ การตัดสินใจ ของวัยรุ่น

4. ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะวัยรุ่นไทยที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากวัยรุ่นไทยตามการแบ่งเขตพื้นที่ของสำมะโนประชากรและเคหะ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในเขตตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. กลุ่มตัวอย่าง 420 คน

4. การศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล

ในปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในยุคที่มีข้อมูล มากมายที่หลั่งไหลไปหาผู้บริโภคนั้น ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงมากขึ้น ส่งผลต่อ พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทั้งในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชมรายการโทรทัศน์ การอ่านข่าวสารหรือบทความ การเล่นเกมส์ หรือแม้แต่การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็มีการ เติบโตขึ้นอย่างมาก (อริสรา ไวยเจริญ, 2558) โดยที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้าน ด้วย ความสะดวกสบายที่ง่ายดาย ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าการเสพสื่อหลายหน้าจอ (Multi-Screen) ในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีสมาธิหรือจดจ่อกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้นสั้นลงเรื่อย ๆ ยิ่งถ้าเป็นการ ตลาดหรือโฆษณาแล้วนั้นยิ่งมีความสนใจที่จะอยากรู้อยากดูนั้นสั้นลงไปอีก ซึ่งทำให้นักการตลาดนั้น ต้องปรับตัวอย่างมากมายจนต้องหาวิธีใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี้ได้

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ยังได้มีการแบ่งตามวัตถุประสงค์เป้าหมายการใช้งาน คุณลักษณะของการให้บริการตามเว็บไซต์ ได้เป็น 7 ประเภท (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโล, 2556)

1) สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เป็นการที่ให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ใน การสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ เป็นการเผยแพร่เรื่องราวของผู้ใช้งานผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดย ลักษณะของการเผยแพร่มีทั้ง รูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก และยังสามารถที่จะหา เพื่อนใหม่ หรือหาเพื่อนเก่า คนรู้จักที่ห่างหายไป มีการเขียนบทความได้อิสระ โดยมี 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1) Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้น ๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรม ประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิด ต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้ คนอ่านได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2) ไมโครบลอ็ก (Micro Blog) มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความ จำนวนสั้น ๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter, Facebook เป็นต้น

2) สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการ แสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเองได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็น แกลเลอรี่ (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเองไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมี จุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝาก ภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket, Imeem และ Slideshare เป็นต้น

3) ความสนใจตรงกัน (Passion Network) ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บ เพจที่คั่นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มี ความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่นิยม ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr, Ning, del.icio.us, Catchh และ Reddit เป็นต้น

4) เวทีทำงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นที่ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนา ในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ ได้เผยแพร่สิ่งทีตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ใน ลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ใน ลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น

5) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online Games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้ สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

6) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เพื่อการงาน โดยจะ เป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และ สร้างเครือข่ายเข้ากับ

ผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของ ผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Linked in เป็นต้น

7) เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P) เป็นการเชื่อมต่อกัน ระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

5.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น : ลักษณะทางประชากรศาสตร์		**ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร**
- เพศ		- การเปิดรับเครือข่ายสังคมสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก
- อายุ	———	- ลักษณะประเภทของเนื้อหา
- ระดับการศึกษา		- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
- อาชีพ		- การรู้เท่าทันสื่อ

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางเครือข่ายออนไลน์สังคมเฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางเครือข่ายออนไลน์สังคมเฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่แตกต่างกัน

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับวัยรุ่นในเขตกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

6.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เป็นวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ(www.nso.go.th) เดือนธันวาคม 2560 รายละเอียด ดังนี้

ประชากรวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 612,946 คน เขตปริมณฑล 5 จังหวัด มีประชากรวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ดังนี้ จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 107,804 คน จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งสิ้น 127,389 คน จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 115,647 คน จังหวัดนครปฐม มีจำนวนทั้งสิ้น 109,309 คน จังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวนทั้งสิ้น 60,463 คน

รวมประชากรวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 1,133,558 คน

โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากโปรแกรมสำเร็จรูปเครซี่ และมอร์แกน(Krejcie and Morgan, 1970)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากแหล่ง ข้อมูลประกาศสำนักทะเบียนกลางกรมการปกครอง จัดแบ่งจังหวัดที่อยู่ในเขตปริมณฑล มีอยู่ 5 จังหวัดคือ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตและอำเภอ เท่าๆ กัน จังหวัดละ 64 คน

6.3 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทสื่อที่สนใจ ระยะเวลาในการรับข่าวสาร ประเภทเนื้อหาข่าวสาร ต้องการประโยชน์จากการรับข่าวสาร

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อด้านต่างๆ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยต่อไป

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา จากค่าสถิติ

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบ สอบถาม

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้อธิบายพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

3. ค่าสถิติ (Chi-Square Test) ใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

4. ค่าสถิติ (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในกรณี 2 กลุ่ม กับอธิบายพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

5. วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับวัยรุ่นทั่วไปในกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1.ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารวารสารหนังสือสิ่ง พิมพ์ต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติและดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา จากค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กของวัยรุ่น จากค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในกรณี 2 กลุ่ม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้ การวิเคราะห์เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวทีมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

7. ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 19 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพกิจการส่วนตัว

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก ใช้ระยะเวลาการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละวัน ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละวันโดยใช้ทุกวัน และใช้ระยะเวลาการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 30 นาที/ครั้ง ลักษณะประเภทของเนื้อหาข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก พบว่า ระดับความคิดเห็นของลักษณะประเภทของเนื้อหาข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับบ่อยมาก สำหรับรายละเอียดย่อยมีดังต่อไปนี้คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับบ่อยมาก ได้แก่ ขายสินค้าและบริการ และได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับบ่อย ได้แก่ สร้างอัลบั้มรูปต่าง ๆ และซื้อสินค้าและบริการ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กเพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ นำเสนอวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับความคิดเห็นของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก เพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับรายละเอียดย่อยคือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพื่อสามารถติดตามสถานการณ์ประจำวัน และเพื่อค้นคว้าหาข้อมูลสำหรับประกอบการใช้ชีวิตประจำวัน ตามลำดับเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เพื่อติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ และเพื่อส่งและรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ เพื่อเป็นกิจวัตรประจำวัน และเพื่อติดตามประแสและมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับความคิดเห็นของข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับรายละเอียดย่อยมีดังต่อไปนี้คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 16 ข้อ ได้แก่ สามารถแยกแยะบทความหรือข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊กได้ว่าข้อมูลส่วนไหนเป็นข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น และการตัดสินใจเลือกนักการเมืองผิดพลาดเพราะเชื่อตามการเสนอข่าวสารทางสื่อเฟซบุ๊ก ตามลำดับเป็นต้นและมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ ได้แก่ การกดไลท์ กดแชร์ ภาพโป๊หรือคลิปวีดีโอ

4. การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน พบว่าปฏิเสธสมมติฐานทุกข้อ ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามเพศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพ มหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กทั้งภาพรวมและแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

8. อภิปรายผล

ระดับความคิดเห็นของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กเพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อสามารถติดตามสถานการณ์ประจำวัน เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลสำหรับประกอบการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อส่งและรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นกิจวัตรประจำวัน และเพื่อติดตามประแสและมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นมากขึ้นทุกวัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน พบว่าปฏิเสธสมมติฐานทุกข้อ

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามเพศ พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการขยายตลาดในการซื้อ-ขายสินค้าและบริการ โดยผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้โดยมีกลุ่มผู้บริโภคในวัยวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. ควรนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เทคโนโลยีการสื่อสาร อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น การพัฒนาฟังก์ชั่นเสริมเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมโยงเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในลักษณะต่าง ๆ หรือ

การพัฒนาเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้งานให้รองรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่นที่มีการใช้งานในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตจังหวัด อื่น ๆ

2. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป

10. กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2560

11. เอกสารอ้างอิง

ประวัติความเป็นมาของเฟสบุ๊ก. (2560) เข้าถึงได้จาก http://th.wikipedia.org/wiki/เฟสบุ๊ก

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์,* ปี 2556(5), 197.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *การสำรวจประชากรวัยรุ่นในประเทศไทย*; 2560 (สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2560) แหล่งข้อมูล: http://www.nso.go.th/

อิสราวดี ชำนาญกิจ. 2541. *"ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์".* วิทยานิพนธ์

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

การออกแบบกราฟฟิกด้วยแรงบันดาลใจจากผ้าทอมือ จังหวัดน่าน

THE GRAPHIC DESIGN INSPIRATION FOR NAN TEXTILES.

จันทราภา รุจินาม

อาจารย์สาขาอินเทอร์แอคทีฟและเกม คณะดิจิตอลมีเดีย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : Jantrapa.ru@spu.ru.ac.th

บทคัดย่อ

จากอดีตผ้าทอมือถูกผลิตให้ใช้ในครัวเรือนจนแปรเปลี่ยนไปในปัจจุบันการใช้ผ้าทอมือถูกปรับเปลี่ยนให้มีรูปแบบเหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ยังคงมีการนำผ้าทอมือมาใช้ในการแต่งกายเพื่อเข้าวัดทำบุญ โดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัยดังนี้ 1). เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ผ้าทอมือจังหวัดน่าน 2). เพื่อออกแบบกราฟฟิกผ้าทอมือจังหวัดน่าน โดยใช้โปรแกรม Illustrator โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้ผ้าทอมือในกรุงเทพมหานคร

จึงสรุปผลงานออกแบบทั้งหมด 2 Collection ที่สะท้อนเอกลักษณ์โดยใช้การออกแบบจากโปรแกรม Illustrator เพื่อเป็นต้นแบบก่อนจะนำไปเข้าสู่กระบวนการเทคนิคการทอผ้าและการย้อมสีธรรมชาติซึ่งจากการสัมภาษณ์ และทดลองย้อมกับชาวบ้านพบว่าน้ำที่อำเภอ ปัว เป็นน้ำที่ไหลมาจากเทือกเขาภูคา ซึ่งมีกรดด่างต่างจากที่อื่นทำให้สีธรรมชาติที่ได้แตกต่างจากสีธรรมชาติที่ย้อมจากท้องที่อื่น เกิดเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของผ้าทอมือจังหวัดน่านและแนวคิดเรื่องพุทธศิลป์ ได้แก่ 1) ผ้าซิ่นลายนาคภูมินทร์ สะท้อนตำนานความเชื่อที่สื่อว่าแม่น้ำน่านถูกสร้างโดยพญานาค และบทบาทของพญานาคที่คอยปกป้องพุทธศาสนา 2) ผ้าซิ่นลายดอกชมพูภูคา ดอกไม้ที่มีหนึ่งเดียวในประเทศไทยบานในจังหวัดน่านบนยอดดอยภูคา ผู้วิจัยนำมาออกแบบเพื่อสะท้อนการเกล้ามวยผมแล้วนำดอกไม้ประดับศีรษะของแม่หญิงล้านนาเมื่อแต่งกายเข้าวัด

ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าที่มาของเอกลักษณ์ลวดลายผ้าทอมือจังหวัดน่านนั้น เริ่มต้นมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่มนุษย์นับถือธรรมชาติ ทำให้เกิดผ้าทอที่ใช้ในพิธีกรรม เพื่อเป็นสื่อกลางกับผีบรรพบุรุษซึ่งจะมีลวดลายกรรมวิธีที่เป็นแบบเฉพาะการใช้งานในพิธีกรรมเท่านั้น จนกระทั่งเมื่อความเชื่อของพุทธศาสนาเข้ามามีอิทธิพลในจังหวัดน่าน จึงรับเอาความเชื่อเรื่องการ เกิด แก่ เจ็บ ตาย และไตรภูมิพระร่วง ทำให้ผ้า เปลี่ยนบทบาทจากการสื่อสารกับผีบรรพบุรุษ มาเป็นสื่อกลางการเดินทางไปสู่สวรรค์

คำสำคัญ: การออกแบบกราฟฟิก,ผ้าทอมือจังหวัดน่าน, โปรแกรม Adobe Illustrator

ABSTRACT

From the past, hand- woven fabrics were produced for household use until they were transformed. Nowadays, the function of hand- made textiles has been modified accordingly to fit the context of people in this generation. People are still rely on hand- made textiles when it comes to selecting appropriate dressing for special occasions that is religious related, whether it is paying respect to Buddha or making merit.

The research was conducted to study the uniqueness of Nan's hand-made textiles and to design Nan's graphic textiles by utilizing Illustrator program. Data were collected and analyzed using interviews from professionals who have expertise in textile industry, local philosophers at the village and a target group who still uses textile in Bangkok.

The work has been divided into two collections which reflect Nan's hand-made textile's identity using the weaving and natural dyeing techniques. Get creative with Adobe Illustrator for the prototype. After interviewing and conducting a dyeing test with the folk, the researcher found that the water in pua district which flow from phuka mountain range has a specific acidic lavel. The threads dyed by the natural color from this water make Nan textiles outstanding from identity. The two collections are as follow:

Nak Phumintre Sarong: This sarong reflects the belief of the folk of Nan that Naga protects Buddhism.

Phuka Pink Flower Sarong: The pattern on this sarong is derived from the only one type of flowers in Thailand that blooms on the summit of Phuka. The researcher uses this flower in the design to convey a sense of worship of Buddhism since this flower is used as a decorative accessory on Lanna ladies' hair when they visit Buddhism temples.

The research shows the advent of Nan's hand-made textiles has been since an ancient time when humans believed in supernatural powers. In the beginning, the purpose of the textiles was to be medium for contacting ancestor's spirits in traditional rituals. The patterns on the textiles were thus designed specifically for this objective and the weaving process was complex due to these elaborate patterns. After Buddhism came into Nan and had a huge amount of influence over the people in this region, the folk accepted the belief about the First Noble Truth and Trai Bhum Pra Ruang which are the popular Buddhism Principles. Nan's hand-made have changed from a medium to communicate with ancestor's spirits to a tool to bring people to heaven.

Keywords: Graphic Design, Nan textiles, Adobe illustrator

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ผ้าทอมือเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงของเมืองน่าน โดยเฉพาะผ้าลายน้ำไหล ซึ่งได้รับการ ยอมรับกันว่าเป็นผ้าทอมือที่มีลวดลายสีสันสวยงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่แตกต่างไปจากผ้าพื้นเมืองของท้องถิ่นอื่นๆ ผ้าทอมือเหล่านี้ทอกันมากในกลุ่มชนเชื้อสายไทยวน คนเชื้อสายไทลื้อ ซึ่งเป็นกลุ่มชนที่มีความสามารถพิเศษในการทอผ้าชนิดต่างๆ(ผ้าทอพื้นเมืองภาคเหนือ, 41:2543) ในอดีตผ้าทอมีความหมายต่อผู้หญิงในฐานะที่เป็นสิ่งแสดงอันทรงคุณค่าของแม่เรือน ผู้หญิงที่ทอผ้าเก่งฝีมือประณีตละเอียดมีผ้าซิ่นผืนงามเด่นนุ่งไปงานบุญ วัฒนธรรมการทอผ้าในอดีตจึงเป็นสิ่งวัดคุณค่าของผู้หญิงที่เหมาะสมแก่การเป็นคู่ครอง แต่ในปัจจุบันความหมายของผ้าทอมิได้สำคัญอีกต่อไปแล้ว เพราะทุกสิ่งมีขายสำเร็จรูป หาซื้อได้จากตลาดสะดวกสบาย ผู้ชายก็มิได้สนใจผู้หญิงเฉกเช่นในอดีตอีกต่อไป (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล, : 2551)

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บข้อมูลภาคสนาม ในเรื่องเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดน่าน เนื่องจากในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ผ้าทอมือในปัจจุบันมีพฤติกรรมและความต้องการ ในการใช้ผ้าทอมือที่ปรับเปลี่ยนไปตาม

พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายจากในอดีต ทำให้ต้องมีการวิเคราะห์สังเคราะห์นำมาออกแบบด้วยโปรแกรม Adobe illustrator เพื่อต่อยอดลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้มีความร่วมสมัย เหมาะสมกับคนยุคปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

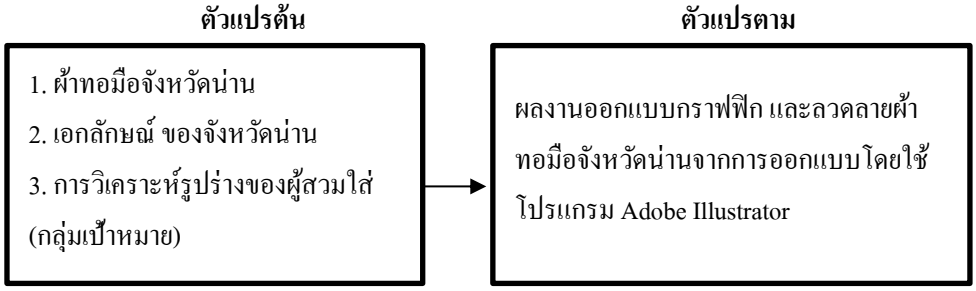
1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ผ้าทอมือจังหวัดน่าน
2. เพื่อออกแบบกราฟฟิกผ้าทอมือจังหวัดน่าน โดยใช้โปรแกรม Illustrator

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- การออกแบบกราฟฟิก ทฤษฎีของพงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์
- ผ้าทอมือจังหวัดน่าน เทคนิค, ลวดลาย, ประวัติศาสตร์, ความเชื่อ

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

การออกแบบกราฟฟิก ด้วยแรงบันดาลใจจากผ้าทอมือจังหวัดน่าน จะสามารถมาออกแบบกราฟฟิกด้วยโปรแกรม Adobe illustrator ได้ และสามารถต่อยอดลวดลายดั้งเดิมให้มีความร่วมสมัยได้

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ, ปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดน่าน โดยแบ่งกระบวนการวิจัยออกเป็นสองส่วน คือ การศึกษาด้านประชากรกลุ่มผู้ใช้งานผ้าทอมือและ กระบวนการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปสู่งานออกแบบ

4.1 ประชากรและตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยเป็นคนในกรุงเทพมหานคร ผู้เข้ามาทำบุญในวัดปทุมวนารามและกลุ่มผู้ซื้อสินค้าในงานโอทอป รวมจำนวนทั้งสิ้น 50 คน ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้สนใจผ้าทอมือโดยได้ลงพื้นที่ทั้งใน กรุงเทพมหานคร และจังหวัดน่าน โดยได้ผลสรุป ดังนี้

- มักจะใส่ในงานสำคัญทางพุทธศาสนา เพื่อเข้าวัด
- ใส่ทำงานในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะกลุ่มข้าราชการ ที่ต้องแต่งกายด้วยผ้าไทยทุกวันศุกร์เป็นประจำ
- ใส่ในพิธีกรรมในงานมงคล งานรื่นเริงต่างๆ

4.2 เครื่องมือวิจัย

ผลงานวิจัยชิ้นนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตุแบบมีส่วนร่วม เพื่อหาเอกลักษณ์ท้องถิ่น และผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมกับชาวบ้านในกระบวนการในการทอผ้า เพื่อเข้าใจเทคนิคการทอรูปแบบต่างๆของการทอผ้าแบบเทคนิคจังหวัดน่าน เพื่อนำมาออกแบบกราฟฟิกที่มีความเข้ากับรูปแบบการทอผ้า

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- รวบรวมงานข้อมูลงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง กับผ้าทอมือจังหวัดน่าน
- ลงพื้นที่จังหวัดน่านเพื่อเก็บข้อมูลสินค้าผ้าทอมือในท้องถิ่น
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ผู้สนใจผ้าทอมือ ในกรุงเทพมหานคร
- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบกราฟฟิก
- สร้างผลงานออกแบบ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

- ส่วนที่ 1 การสรุปข้อมูลกลุ่มลวดลายผ้าทอมือ จังหวัดน่าน

การใช้งานผ้าทอมือจังหวัดน่านในแง่ของกลุ่มลวดลายของผ้าทอมือรูปแบบต่างๆ ผู้วิจัยได้สรุปลวดลายของผ้าทอมือจังหวัดน่านออกมา 4 กลุ่ม โดยอ้างอิงจากหนังสือมรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ ของทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล ดังนี้ กลุ่มลายกาบ, กลุ่มลายพันธุ์พฤกษา,กลุ่มลายสัตว์ และกลุ่มลวดลายที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

- ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลกลุ่มชาติพันธ์ จังหวัดน่าน

ในอดีตการแต่งกายของสตรีชาวล้านนานั้นจะแต่งกายด้วยผ้าซิ่นที่มีลักษณธโครงสร้างที่แตกต่างกันแล้วแต่กลุ่มชาติพันธ์ ซึ่งผ้าซิ่นเมืองน่านถือว่ามีหลากหลายประเภทโดย แบ่งออกเป็นโครงสร้างต่างๆ ได้แก่ ไทยวน ไทลื้อ ซึ่งทั้งสองเชื้อชาติได้ผสมกลมกลืนกันจนเกิดเป็นโครงสร้างผ้าซิ่นใหม่ๆ ซึ่งแต่ละโครงสร้างก็จะขับเน้นสรีระร่างกายของผู้สวมใส่ต่างกัน ดังนี้

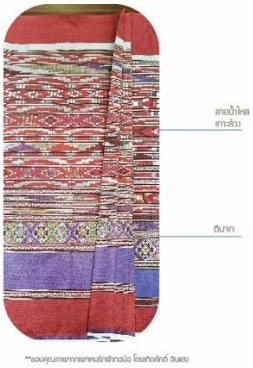
- ผ้าซิ่นไทยวน ผ้าซิ่นไทยยวนหรือซิ่นตีนจก เป็นผ้าซิ่นที่มีสัดส่วนสวยงาม ตรงตัวซิ่นเป็นลายขวาง ต่อตีนซิ่นเป็นตีนจก เมื่อสวมใส่ขับเน้นสรีระลวดลายตรงส่วนเท้า เมื่อก้าวเดินลวดลายขยับมีความสวยงาม คาดว่าเมืองน่านน่าจะได้รับอิทธิพลมาจากเชียงใหม่ในสมัยอาณาจักรล้านนา พบได้ใน เชียงใหม่ แพร่ ลำปาง ลำพูน และเมืองน่านด้วยเช่นกัน

แผนภาพที่ 2 แผนภาพแสดงโครงสร้างผ้าซิ่นไทยวน

- ผ้าซิ่นไทลื้อ อพยพมาจากเมืองสิบสองปันนา มีโครงสร้างผ้าซิ่นที่โดดเด่นคือ ส่วนลายอยู่ที่สะโพกของผู้สวมใส่ ซึ่งมักจะทอเป็นลวดลายน้ำไหลบ้าง ลายหับบ้าง แต่มักจะเป็นลายแนวขวาง ตรงส่วนเข่าลงมาเป็นการทอลวดลายแบบผ้าพื้น โดยมักทอเส้นยืนเป็นสีดำ สวมคู่กับเสื้อปั๊ดซึ่งมักจะเป็นผ้าแพรจีน

แผนภาพที่ 3 ภาพหญิงสาวสวมเสื้อปั๊ด คู่กับผ้าซิ่นโครงสร้างแบบไทลื้อ ลวดลายขับเน้นสรีระส่วนสะโพก

- ผ้าซิ่นจกวิเศษเมืองน่าน เป็นผ้าซิ่นที่ทอแบบผสมผสาน ทั้งเทคนิคจกของชาวไทยวนและเทคนิคเกาะล้วงของชาวไทลื้อ เข้าด้วยกันจนเกิดเป็นผ้าซิ่นชนิดใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองน่าน มีราคาที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากการผสมผสานทางเทคนิคของช่างทอ ซึ่งต้องใช้ความละเอียดและความชำนาญเป็นอย่างมากในการถักทอซิ่นจกวิเศษชิ้นนี้



แผนภาพที่ 4 ภาพผ้าซิ่นจกวิเศษเมืองน่าน 1 ในห้านางพญาผ้าซิ่น

- ส่วนที่ 3 การเทียบเคียงทฤษฎีการออกแบบสัญลักษณ์ของ พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ โดยมีทฤษฎี ดังนี้ ในการออกแบบสัญลักษณ์ ควรจะยึดหลักกว้าง ๆ เพื่อเป็นแนวคิด ดังนี้

1.แนวคิดเกี่ยวกับความงาม

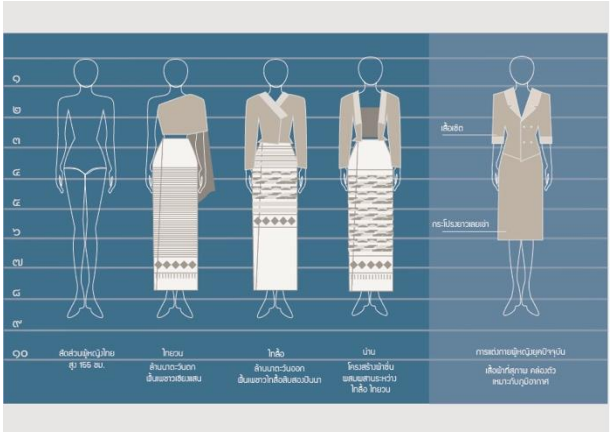
2.แนวคิดเกี่ยวกับความหมาย

3.แนวคิดในการสร้างความเด่นและน่าสนใจ

4. ความเหมาะสมในการออกแบบและการใช้งาน

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษา สรุปผลได้จากการสัมภาษณ์ นาง ศดานันท์ เนตรทิพย์ และนาง บัวเลียว ลือยศ ปราชญ์ชาวบ้าน ว่าโครงสร้างผ้าซิ่นเมืองน่านมีความหลากหลายมากกว่าโครงสร้างผ้าซิ่นจากจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากการผสมผสานของชาติพันธ์และความสามารถของสีมือของช่างทอผ้าที่มีจิตนาการที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆตามชาติพันธ์ ได้แก่ ผ้าซิ่นโครงสร้างแบบไทลื้อ และโครงสร้างผ้าซิ่นแบบไทยวน โดยผู้วิจัยนำมาออกแบบลายผ้าเป็น 2 Collection ตามชาติพันธ์ ดังนี้

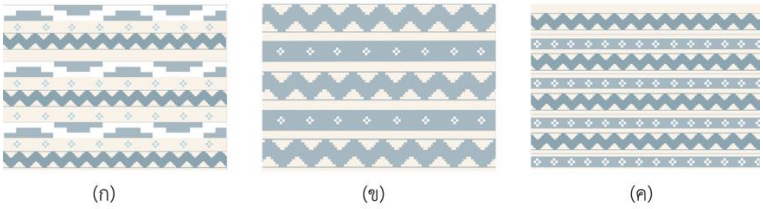


แผนภาพที่ 5 ตารางสรุปโครงสร้างผ้าซิ่นตามสัดส่วนการแต่งกายของคนในยุคปัจจุบัน

5.1 ผ้าซิ่นโครงสร้างแบบไทยวนผสมจกวิเศษเมืองน่าน

พญานาคยังเป็นสัญลักษณ์ของการปกป้องพุทธศาสนาอีกด้วย ทำให้ชาวจังหวัดน่านมีความเชื่อและผูกพันธ์กับเรื่องราวของพญานาค เรื่องราวของสายน้ำ โดยสะท้อนอยู่ในสถาปัตยกรรมทางพุทธศาสนา ประเพณี และลวดลายของผ้าทอมือจังหวัดน่านยังมีลวดลายพญานาคปรากฏในหลากหลายรูปแบบ โดยผู้วิจัยได้นำมาออกแบบลวดลายผ้าโดยแบ่งการออกแบบเป็น 2 ส่วนคือ การออกแบบตัวซิ่น และการออกแบบตีนซิ่น โดย Collection นี้ใช้การย้อมสีธรรมชาติ คือสีครามใช้ในการออกแบบ

- การออกแบบตัวซิ่น ออกแบบลวดลายน้ำไหลโดยเทคนิคการ เกาะ – ล้วง

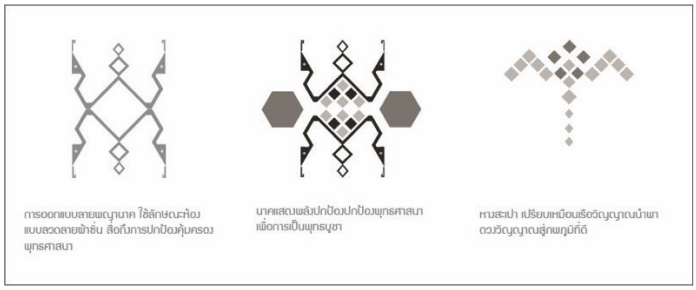


แผนภาพที่ 6 ตารางภาพการออกแบบลายน้ำไหล

โดยผลการตรวจแบบกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและปราชญ์ชาวบ้านเลือกแบบ (ค)

- การออกแบบตีนซิ่น

ผู้วิจัยจึงนำมาออกแบบโดยได้แรงบันดาลใจจากเรื่องราวเขาพระสุเมรุและเรื่องราวพญานาคปกป้องพุทธศาสนา ออกมาเป็นลวดลาย โดยใช้โครงสร้างผ้าแบบเส้นรูปแบบตัว W เพื่อสื่อถึงการปกป้องพุทธศาสนา



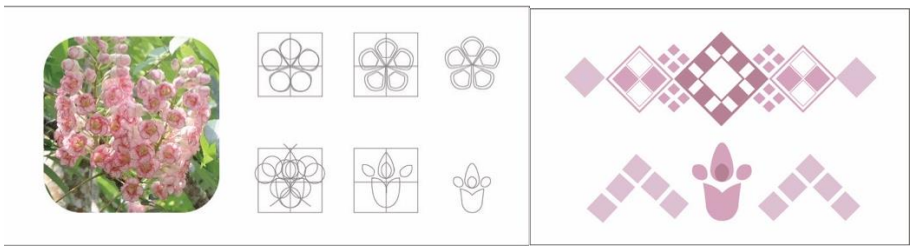
แผนภาพที่ 7 ตารางภาพการออกแบบลายตีนซิ่นจากเทคนิคจก

แผนภาพที่ 8 ตารางภาพการนำตัวซิ่นกับตีนซิ่นมารวมกัน

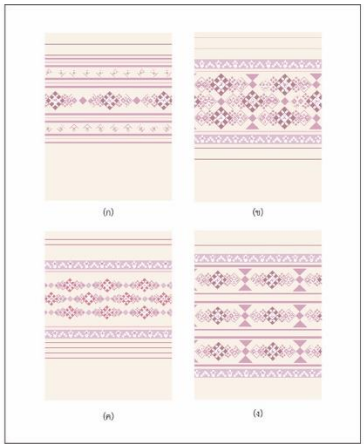
5.2 ออกแบบผ้าซิ่นโดยใช้โครงสร้างผ้าซิ่นไทลื้อ

ผู้วิจัยได้นำดอกชมพูภูคาเป็นดอกไม้ที่มีเฉพาะจังหวัดน่าน บานอยู่บนยอดเขาชมพูภูคา ในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ผู้วิจัยได้นำเรื่องราวของดอกชมพูภูคามา ผสมผสานกับเรื่องราวการแต่งกายของหญิงสาวชาวล้านนาที่นิยมเกล้าผมมวยและประดับดอกไม้บนศีรษะ เพื่อบูชาพุทธศาสนา โดยผู้วิจัยได้นำมาออกแบบบนโครงสร้างซิ่นไทลื้อ โดยมีกระบวนการออกแบบ ดังนี้

ออกแบบลวดลายจกยกเขา ซึ่งการออกแบบโดยใช้ระบบ Grid ในการออกแบบโดยถอดทัศนะธาตุของดอกชมพูภูคาออกมา ไม่ว่าจะเป็นลักษณะกลีบดอก หรือสี ลักษณะการอยู่เป็นพุ่มทรงระฆัง



แผนภาพที่ 9 การออกแบบลายจกยกเขาเป็นรูปเรขาคณิต จากดอกชมพูภูคา ใช้สีชมพูโดยย้อมจากครั่ง



แผนภาพที่ 10 แบบสเก็ตช์ Collection ชมพูภูคา

โดยผู้เชี่ยวชาญได้เลือกรูปแบบ (ค) เป็นรูปแบบที่ลงตัวที่สุด ไม่แน่นเกินไปไม่ถี่เกินไป

แผนภาพที่ 11 ภาพ Collection เมื่อสวมใส่บนร่างกายด้วยโครงสร้างไทลื้อ

6. อภิปรายผล

ผลจาการออกแบบได้สรุปผลงานที่สะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านออกมา 2 Collection ซึ่งจากผลงานออกแบบกราฟฟิกในโปรแกรม Adobe Illustrator ผู้วิจัยได้นำมาพิมพ์เป็นตัวต้นแบบก่อนนำไปให้ช่างทอผ้าทอตามตัวต้นแบบ

แผนภาพที่ 12 ภาพพิมพ์ลายต้นแบบก่อนส่งไปช่างทอแกะแบบพิมพ์

แผนภาพที่ 13 ช่างทอผ้ากำลังทอผ้าทั้งสองลาย โดยมีต้นแบบเป็นผ้าพิมพ์จากโปรแกรม Adobe Illustrator

แผนภาพที่ 14 ผลงานออกแบบจากกระบวนกรทอผ้าที่เสร็จสมบูรณ์

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่าสามารถถ่ายทอดอกลักษณ์ของจังหวัดน่านลงสู่ลวดลายผ้าซิ่นในรูปแบบสมัยใหม่ได้ดี รูปแบบของผลงานสามารถใส่องค์ความรู้เรื่องการออกแบบแฟชั่นเข้าไปได้เพื่อให้งานวิจัยตอบโจทย์ชีวิตคนรุ่นใหม่มากขึ้น

2. รูปแบบการออกแบบผ้าสำเร็จรูปออกมาเป็นทางการมากเกินไป อาจมีการปรับปรุงรูปแบบให้สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การสื่อสารระหว่างช่างทอผ้าและนักออกแบบเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องมีความเข้าใจในการออกแบบผลงานตรงกัน รวมถึงผู้วิจัยต้องการความเข้าใจเรื่องเทคนิคกระบวนการทอเพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับช่างทอได้จึงจะออกแบบผลงานออกมาได้ตามต้นแบบ

2. ความชำนาญของช่างทอผ้าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยต้องเลือกช่างทอผ้าที่มีความชำนาญให้เหมาะสมกับตัวชิ้นงานที่นักออกแบบกราฟฟิกจะทำชิ้นงาน

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้จะสมบูรณ์ไม่ได้หากขาดผู้ให้ความร่วมมือจากหลายๆส่วน เริ่มจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล ผู้คอยให้คำปรึกษาผู้วิจัยด้านกระบวนการทำวิจัย กระบวนการเก็บข้อมูลต่างๆ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นางศดานันท์ เนตรทิพย์ แม่ครูช่างทอผ้าแห่งกลุ่มทอผ้า

บ้านเก็ต อำเภอปัว จังหวัดน่าน ที่คอยให้ความรู้ผู้วิจัยในเรื่องประวัติศาสตร์กระบวนการทอผ้า ขอบคุณพี่ๆเพื่อนๆ น้องๆ ทุกคนที่คอยให้คำปรึกษา และความช่วยเหลือตลอดการทำวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาด้านผ้าทอ หรือการใช้โปรแกรมไม่มากก็น้อย สุดท้ายนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

9. เอกสารอ้างอิง

จิราวรรณ กาวิละ โอคาโมโตะ, แพทรีเซีย ชีสแมน และ ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล. (2553). *สุนทรีย์แห่งลีลา ผืนผ้าแพรพรรณ : พินิจผ้าชิ้นเด่นของพิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ.เชียงใหม่: ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ.*

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล. (2551). *มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ.เชียงใหม่:ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2543). *โครงการพัฒนาผ้าพื้นเมืองในทุกจังหวัดของประเทศ* มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพ: มหาวิทยาลัย.

นาวิน ปัญญาหาญ. (2551). *สุนทรียศาสตร์เชิงพุทธในผ้าทอเมืองน่าน*. ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต (ปรัชญา). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2555). *การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563. จาก : https://minzeminz.wordpress.com/2012/11/13.

การออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

GRAPHIC DESIGN ADVERTISING TEMPLATE ON SOCIAL MEDIA (FACEBOOK PLATFORM) FOR THE ELDERLY

จุไรพร อุตม์ดง
นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบสร้างสรรค์
คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
E-mail: juraipornuddong@gmail.com

ภาณุพงศ์ จงชานสิทโธ
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบสร้างสรรค์
คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
E-mail: panupong@rmutl.ac.th

ลิปิกร มาแก้ว
สาขาวิชาทัศนศิลป์
คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
E-mail: lipikornart@rmutl.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ และ 2) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และกลุ่มนักออกแบบด้านกราฟฟิก ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตามเกณฑ์ตารางของ Krejcie and Morgan ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุทั้งหมด 332 คน และนักออกแบบด้านกราฟฟิก จำนวน 6 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 338 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยวิธีการส่งคำตอบผ่านระบบออนไลน์ Google Forms วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการใช้ค่าสถิติคือ ค่าร้อยละ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 6 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบภาพนิ่ง (2) รูปแบบภาพเลื่อน (3) ชุดรูปภาพ (4) รูปแบบเต็มหน้าจอ (5) รูปแบบภาพเคลื่อนไหว และ (6) รูปแบบเล่าเรื่องราว 2) การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 46.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 36.5) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 32.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็มหน้าจอ ตัวอย่างที่ 2 มากที่สุด (ร้อยละ 42) มีความพึงพอใจรูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 41) และมีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 46.6)

ส่วนการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายนักออกแบบด้านกราฟิก ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ นักออกแบบด้านกราฟิก มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1, 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 16.7) มีความพึงพอใจ รูปแบบรูปภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 33.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็มหน้าจอ ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) และสุดท้าย มีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 50)

คำสำคัญ : ออกแบบ กราฟิกโฆษณา สื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) ผู้สูงอายุ

ABSTRACT

The research topic is graphic design for advertising on social media (Facebook platform) for the elderly. The purposes of this research were to design the suitable graphic layout on social media (Facebook platform) for the elderly and to evaluate the satisfaction of the target group towards the graphic of social media advertising on Facebook platform for the elderly. The sample groups were elderly people aged 60 years and over and graphic designers who living in Muang district, Chiang Mai province which was sampled by Krejcie and Morgan's tabular randomization method. There is a total of 338, consisting of 332 elderly and 6 graphic designers. The research instruments were questionnaires, interviews and satisfaction assessments which collected data from both sample groups by means of submitting answers online via Google Forms, analyzed quantitative data by using statistics, i.e. percentage and qualitative data analysis with content analysis.

The result showed 2 main findings are; 1) the graphic design for advertising on social media (Facebook platform) for the elderly consists of 6 styles as follows: image, carousel, collection, canvas, video, and story, and 2) the result of satisfaction evaluation of the target group towards the graphic of social media advertising on Facebook platform for the elderly found that the elderly group are satisfied with image format in the first example are the most (46.3 percent), be satisfied with carousel format in the third example are the most (36.5 percent), be satisfied collection format in the third example are the most (32.3 percent), be satisfied with canvas format in the second example are the most (42 percent), be satisfied with the video format in the first example are the most (41 percent) and be satisfied with story format in the third example are the most (46.6 percent).

And the result of satisfaction evaluation of the target group towards the graphic of social media advertising on Facebook platform for graphic designers, found that they are satisfied with image format in the first, second, third example are the most (16.7 percent), be satisfied with carousel format in the first example are the most (50 percent), be satisfied collection format in the third example are the most (32.3 percent), be satisfied with canvas format in the first example are the most (50 percent), be satisfied with the video format in the first

example are the most (50 percent) and finally, be satisfied with story format in the second and third example are the most (50 percent).

Keywords: Design, Graphic Design for Advertising, Social media, Facebook platform, Elderly

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ประเทศไทยปีพ.ศ. 2563 เป็นสังคมสูงอายุ มีประชากรผู้สูงอายุถึง 12 ล้านคน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) แต่สังคมไทยบางส่วนยังละเลยผู้สูงอายุ มีกรอบความคิดว่าผู้สูงอายุเป็นภาระของสังคม แต่แท้จริงแล้วยังมีผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ มีความรู้ และเริ่มเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น (รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2561, 2562) แต่ด้วยข้อจำกัดทางร่างกายที่เริ่มถดถอยจึงเป็นอุปสรรคต่อการรับรู้ (พญ.วิภาดา วามวาณิชย์, 2557) รวมถึงกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์บางส่วนไม่ได้ถูกออกแบบเพื่อผู้สูงอายุอย่างแท้จริง การออกแบบโฆษณาสินค้าและบริการให้กับกลุ่มผู้สูงอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และเกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุเองอีกด้วย (Positioning, 2559)

จากเหตุผลดังกล่าว ในฐานะที่ผู้วิจัยทำงานด้านการออกแบบกราฟิกโฆษณา ได้เล็งเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ ทำการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญ คือ เฟสบุ๊ค (Facebook) แล้วออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook platform) สำหรับผู้สูงอายุ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรม การรับรู้ และความสนใจของผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ มีการตอบสนองในระดับสูง นำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ อีกทั้งยังเป็นแนวทางการออกแบบสำหรับนักออกแบบหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

(2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

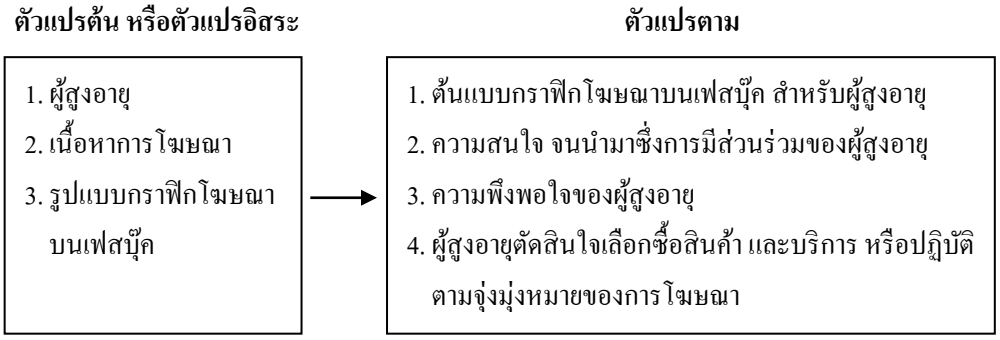
1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 “ผู้สูงอายุ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ประเทศไทย ปีพ.ศ. 2563 เป็นสังคมสูงอายุ มีประชากรผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 12 ล้านคน (ร้อยละ 18) และจะเพิ่มเป็น 20.42 ล้านคน (ร้อยละ 31.28) ในปีพ.ศ. 2583 (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) มีการแบ่งผู้สูงอายุตามขีดความสามารถที่ลดถอยลงจากน้อยไปมาก เป็น 3 ระดับ คือ สูงอายุตอนต้น อายุช่วง 60-69 ปี สูงอายุตอนกลาง อายุช่วง 70-79 ปี และสูงอายุตอนปลาย อายุช่วงตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป วัยสูงอายุเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เช่น สมองตอบสนองช้าลง ตาโฟกัสภาพช้าลง สายตายาว หรือโรคต้อกระจก หูอาจสูญเสียการได้ยินโดยเฉพาะเสียงสูง เวียนศีรษะ และหูอื้อ (พญ.วิภาดา วามวาณิชย์, 2557) ทั้งนี้แม้ผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นและร่างกายเริ่มเสื่อมถอย แต่ผู้สูงอายุไทยรุ่นใหม่มีการศึกษา

สูงขึ้น โดยเฉพาะผู้สูงอายุตอนต้น หากประเทศไทยมีนโยบายและมาตรการที่ทำให้ผู้สูงอายุมีพลังและคุณค่า ก็จะทำให้ประชากรสูงวัยไทยกลายเป็นโอกาสมากกว่าเป็นภาระ (รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2560, 2561)

2) ผู้สูงอายุกับสื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อผู้สูงอายุมากขึ้น โดยเฉพาะผู้สูงอายุตอนต้นมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้สูงอายุวัยอื่น ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากถึงร้อยละ 97 (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทยประจำปี 2561, 2562) และสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ Facebook, Line และ Instagram (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) ทั้งนี้เนื่องจาก เฟสบุ๊ค คือเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีการโฆษณาขายสินค้าออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่ายทั้งคนซื้อและคนขาย มีรูปแบบโฆษณาที่จำแนกได้ 6 รูปแบบได้แก่ โฆษณารูปแบบรูปภาพนิ่ง (Image Ads) รูปแบบรูปภาพเลื่อน (Carousel Ads) รูปแบบชุดรูปภาพ (Collection Ads) รูปแบบเต็มหน้าจอ (Canvas Ads) รูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Video Ads) และรูปแบบเล่าเรื่องราว (Story Ads) (Facebook for Business, 2563) ดังนั้น เฟสบุ๊คจึงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

3) กราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบ ได้แก่ 1) Size Does Matter การใช้ขนาดและสัดส่วนรูปภาพที่เฟสบุ๊คจะกำหนดในแต่ละชนิดอย่างถูกต้อง หากภาพมีสัดส่วนผิดเพี้ยนจะส่งผลให้ภาพถูกยืดหรือบีบจนสื่อสารคลาดเคลื่อน 2) Color does matter การเลือกใช้สีที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจ ใช้สีที่ตรงกับภาพลักษณ์ช่วยดึงดูดและจดจำตัวตนธุรกิจ ข้อควรระวัง คือ ควรใช้สีที่มองเห็นสิ่งที่ต้องการสื่อสารชัดเจน ใช้สีที่ดูแล้วไม่ปวดตา และใช้สีที่สื่อความหมาย การเลือกใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายเหมาะสมกับภาพลักษณ์ธุรกิจ ข้อความและการจัดวางชัดเจนเข้าใจง่าย (Kasin Charuwan, 2560) อีกทั้งควรใช้รูปภาพที่มีความละเอียดสูง หลีกเลี่ยงการใช้ข้อความในรูปภาพมากเกินไป เพราะรูปภาพที่มีข้อความน้อยกว่า 20% จะมีประสิทธิภาพในการดึงดูดผู้บริโภคมากกว่า (Facebook for Business, 2563)

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่มีตัวแปรต้น และตัวแปรตามในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

(1) ประชากร ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มี อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 2,235 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2561) ที่สามารถใช้สื่อเฟสบุ๊ค (Facebook) และกลุ่มนักออกแบบด้านกราฟิก ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

(2) กลุ่มตัวอย่าง กำหนดจากกลุ่มผู้สูงอายุตามเกณฑ์ตารางของ Krejcie and Morgan คือ จำนวน 332 คน และกลุ่มนักออกแบบด้านกราฟิกจำนวน 5 คน ดังนั้นรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 337 คน

4.2 ขอบเขตของการศึกษา

(1) ศึกษาข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับพฤติกรรม การรับรู้ และความสนใจผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป

(2) ขอบเขตด้านเนื้อหา สื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ อาหาร ยารักษาโรค การออกกำลังกาย การใช้ชีวิตประจำวัน และโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ

(3) ขอบเขตด้านการออกแบบ รูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 6 รูปแบบ ได้แก่ รูปภาพนิ่ง รูปภาพเลื่อน ชุดรูปภาพ รูปภาพเต็มหน้าจอ ภาพเคลื่อนไหว และรูปภาพเล่าเรื่องราว

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) แบบสอบถามสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 343 ชุด เพื่อทราบข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม การรับรู้ และความพึงพอใจกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

(2) แบบสัมภาษณ์นักออกแบบ จำนวน 6 ชุด เพื่อทราบข้อมูลทั่วไป การใช้งานโปรแกรมออกแบบกราฟิก ความสนใจ และแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook)

(3) แบบประเมินความพึงพอใจ ประกอบด้วย แบบประเมินความพึงพอใจสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 350 ชุด และสำหรับนักออกแบบ จำนวน 5 ชุด เพื่อทราบระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

4.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลทางระบบออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่งคำตอบผ่านระบบออนไลน์ Google Forms

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ

(2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

5. ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ได้ผลดังนี้ เนื้อหาที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจมากที่สุด คือ ด้านสุขภาพร่างกาย และอาหาร สีที่สนใจคือสีโทนเย็น ได้แก่ สีฟ้า สีน้ำเงิน และสีขาว อักษรที่สนใจคือรูปแบบมีหัว และรูปแบบสมัยใหม่ ลักษณะการโฆษณาที่สนใจคือ ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง ภาพที่สนใจคือ ภาพถ่าย ภาพถ่ายที่มีข้อความ และภาพกราฟิก ประเภทโฆษณาที่สนใจคือ ภาพบุคคลมากที่สุด การจัดวางข้อความที่ชอบคือ แบบตรงกลางด้านบนมากที่สุด และสุดท้ายการจัดวางวัตถที่ชอบคือ ตรงกลางด้านล่างมากที่สุด แล้วสร้างแนวความคิดในการออกแบบ และนำไปสู่ผลงานการออกแบบดังต่อไป

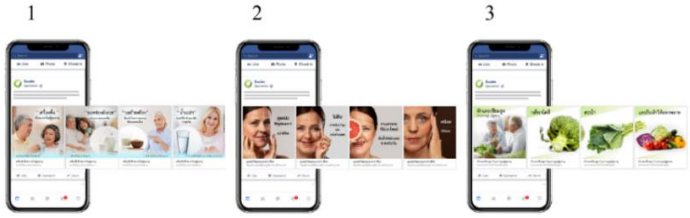
5.1 การออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบกราฟิกโฆษณาทั้งหมด 6 รูปแบบ รูปแบบละ 3 ตัวอย่าง ดังนี้

(1) กราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบภาพนิ่ง (Image) ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ตัวอย่าง รูปภาพนิ่ง (Image) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร ข้าวกล้อง เห็นได้ว่า รูปแบบที่ 1 ใช้อักษรแบบมีหัว ภาพถ่ายผู้สูงอายุชายหญิง ภาพถ่ายข้าวกล้อง ใช้โทนสีเขียว และสีส้มอ่อนเป็นหลัก เพื่อสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ รูปแบบที่ 2 ใช้อักษรแบบมีหัว เน้นภาพถ่ายข้าวกล้องและตัวอักษรเป็นจุดเด่น เน้นโทนสีทองจากรวงข้าว เพื่อแสดงถึงผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง และรูปแบบที่ 3 ใช้อักษรไม่มีหัว ภาพถ่ายหญิงสูงอายุที่มีรอยยิ้ม ภาพถุงบรรจุภัณฑ์ ใช้โทนสีเขียวและสีน้ำตาลอ่อน เพื่อแสดงถึงความสุขภาพดี

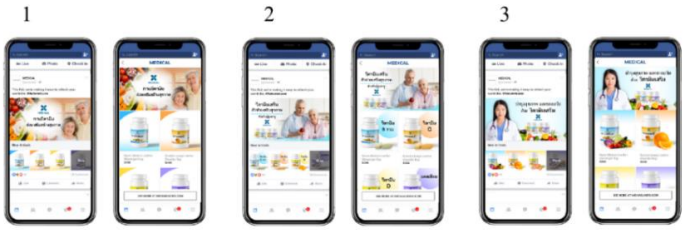
(2) กราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบ รูปภาพเลื่อน (Carousel) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวอย่าง รูปภาพเลื่อน (Carousel) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบคำแนะนำที่ทำให้ผู้สูงอายุสุขภาพดี ประกอบด้วยภาพนิ่ง 4 ภาพ เห็นได้ว่า รูปแบบที่ 1 เรื่องเครื่องดื่มที่เหมาะกับผู้สูงอายุ ใช้อักษรมีหัว ภาพถ่ายบุคคลที่มีรอยยิ้ม ภายในวงกลมเน้นภาพเครื่องดื่ม ใช้โทนสีฟ้า เพื่อสื่อถึงความมีสุขภาพดี รูปแบบที่ 2 เรื่องดูแลผิวให้ดูอ่อนเยาว์ ใช้อักษรไม่มีหัว ภาพถ่ายใบหน้าหญิงสูงอายุที่แสดงอารมณ์ต่างกัน ทั้งการยิ้มและกังวล ใช้โทนสีเทาเพื่อเน้นใบหน้าบุคคลให้ชัดเจน และสร้างแรงจูงใจ สำหรับรูปแบบที่ 3 เรื่องผักแคลเซียมสูง บำรุงกระดูก ใช้อักษรมีหัว ภาพถ่ายผู้สูงอายุชายหญิงอารมณ์ดี เน้นภาพพืชผัก ใช้โทนสีเขียวอ่อนเป็นหลัก สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์และเป็นธรรมชาติ

(3) กราฟิกโฆษณาบน เฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบ ชุดรูปภาพ (Collection) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวอย่าง ชุดรูปภาพ (Collection) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ประกอบด้วยภาพหลัก 1 ภาพ และภาพสินค้า 4 ภาพ เห็นได้ว่า รูปแบบที่ 1 ใช้อักษรไม่มีหัวบนพื้นสีขาว มีตราสินค้า ภาพถ่ายผักผลไม้ ภาพถ่ายชายหญิงสูงอายุยิ้มแย้ม มีภาพบรรจุภัณฑ์ เน้นการใช้โทนสีหลากหลาย สื่อถึงความสดใส รูปแบบที่ 2 ใช้อักษรมีหัวบนพื้นสีขาว มีตราสินค้า ภาพถ่ายชายหญิงสูงอายุยิ้ม มีภาพบรรจุภัณฑ์เม็ดวิตามิน พร้อมข้อความ ใช้โทนสีอ่อนหลายสี เน้นความสะอาด มีคุณภาพ และรูปแบบที่ 3 ใช้อักษรมีหัว มีตราสินค้า และภาพบรรจุภัณฑ์พร้อมผักผลไม้เป็นส่วนผสม ภาพถ่ายหญิงวัยกลางคนในชุดแพทย์ ใช้โทนสีหลากหลาย และน่าเชื่อถือตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

(4) กราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบ เต็มหน้าจอ (Canvas) ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 แสดงตัวอย่าง รูปแบบ เต็มหน้าจอ (Canvas) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบบริการของโรงพยาบาล ประกอบด้วยภาพหลัก และภาพเต็มหน้าจอ เห็นได้ว่ารูปแบบที่ 1 ใช้อักษรมีหัว มีตราสินค้า ภาพถ่ายผู้ป่วยหญิงสูงอายุรับการดูแลจากพยาบาลและแพทย์อย่างใกล้ชิด มีข้อความประกอบ ใช้โทนสีฟ้าอ่อนและสีขาวเป็นหลัก สื่อให้เห็นการบริการที่เอาใส่ใจ รูปแบบที่ 2 ใช้อักษรไม่มีหัว มีตราสินค้า ภาพถ่ายครอบครัว ภาพถ่ายบุคลากรทางการแพทย์ที่น่าเชื่อถือ ภาพหญิงสูงอายุและแพทย์ชายที่เป็นกันเอง ใช้โทนสีฟ้าอ่อนเป็นหลัก เน้นบุคลากรทางการแพทย์เป็นจุดเด่น รูปแบบที่ 3 ใช้อักษรมีหัว มีตราสินค้า ภาพถ่ายแพทย์หญิงชาย และพนักงานภายในโรงพยาบาลที่มีเครื่องมือแพทย์ครบครัน พร้อมข้อความประกอบ ใช้สีขาวเป็นหลัก เน้นความทันสมัย พร้อมให้บริการคนไข้ทุกช่วงวัย

(5) กราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Video) ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 ตัวอย่าง รูปแบบ ภาพเคลื่อนไหว (Video) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบภาพเคลื่อนไหว เกี่ยวกับกิจกรรมและกายออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ เห็นได้ว่า รูปแบบที่ 1 ใช้อักษรมีหัวสีขาวขอบดำ ที่ด้านล่างกลางภาพ ใช้ภาพผู้สูงอายุชายหญิงกำลังวิ่งเดินเล่น เน้นความเรียบง่าย กล่าวถึงการออกกำลังกายด้วยการเดินหรือวิ่ง รูปแบบที่ 2 ใช้อักษรไม่มีหัว สีขาวขอบสีน้ำเงินเข้ม บริเวณด้านล่างกลางภาพ ภาพผู้สูงอายุออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ เน้นความเรียบง่าย กล่าวถึงการออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ รูปแบบที่ 3 ใช้อักษรมีหัวสีขาวขอบสีเขียวเข้ม บริเวณด้านล่างกลางภาพ ภาพผู้สูงอายุทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีความสุข เน้นความเรียบง่าย กล่าวถึงการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อสุขภาพที่ดี

(6) กราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค สำหรับผู้สูงอายุ รูปแบบเล่าเรื่องราว (Story) ดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6 แสดงตัวอย่าง รูปแบบเรื่องราว (Story) 3 รูปแบบ

ตัวอย่างการออกแบบโฆษณาโปรโมชั่นพิเศษของร้านอาหารไทย เห็นได้ว่า รูปแบบที่ 1 ใช้อักษรมีหัว ไทยร่วมสมัย มีตราสินค้า ภาพอาหารขนาดใหญ่ชัดเจน ทำให้เกิดความต้องการอาหาร รูปแบบที่ 2 ใช้อักษรมีหัวภายในวงกลมสีขาวโปร่งโดดเด่น มีตราสินค้า ภาพถ่ายอาหารที่มีระยะของภาพ และมีความเคลื่อนไหว รูปแบบที่ 3 ใช้อักษรไม่มีหัวสีดำ เน้นราคาด้วยโทนสีส้ม สีพื้นมีระดับน้ำหนักจากสีเขียวเป็นสีขาว มีตราสินค้า เน้นภาพถ่ายผู้สูงอายุชายหญิงที่มีความสุข ภายในสวนสีเขียว ใช้ภาพผู้สูงอายุที่เป็นวัยใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้า

5.2 การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจจากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ จำนวน 350 คน และนักออกแบบ จำนวน 6 คน โดยใช้ค่าร้อยละ ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ที่มีต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

ข้อ	รูปแบบกราฟิกโฆษณา	ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุ (ร้อยละ)					
		ตัวอย่างรูปแบบที่ 1		ตัวอย่างรูปแบบที่ 2		ตัวอย่างรูปแบบที่ 3	
		มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด
1	รูปภาพนิ่ง (Image)	46.3	0.3	35	0.3	37.6	0
2	รูปภาพเลื่อน (Carousel)	30	0	31.9	0	36.5	0
3	ชุดรูปภาพ (Collection)	27.7	0	28.9	0.3	32.3	0
4	เต็มหน้าจอ (Canvas)	34.9	0	42	0	33.9	0
5	ภาพเคลื่อนไหว (Video)	41	0.3	35.5	0	34.9	0.6
6	เล่าเรื่องราว (Story)	34.1	0	41.7	0.6	46.6	0

จากตารางแสดงค่าร้อยละของความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 46.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 36.5) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 32.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็มหน้าจอ ตัวอย่างที่ 2 มากที่สุด (ร้อยละ 42) มีความพึงพอใจรูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 41) และมีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 46.6)

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของความพึงพอใจของนักออกแบบ ที่มีต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ

ข้อที่	รูปแบบกราฟิกโฆษณา	ระดับความพึงพอใจของนักออกแบบด้านกราฟิก (ร้อยละ)					
		ตัวอย่างรูปแบบที่ 1		ตัวอย่างรูปแบบที่ 2		ตัวอย่างรูปแบบที่ 3	
		มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด
1	รูปภาพนิ่ง (Image)	16.7	0	16.7	0	16.7	0
2	รูปภาพเลื่อน (Carousel)	50	0	0	0	33.3	0
3	ชุดรูปภาพ (Collection)	16.7	0	16.7	0	33.3	0
4	เต็มหน้าจอ (Canvas)	50	0	16.7	0	33.3	0
5	ภาพเคลื่อนไหว (Video)	50	0	16.7	0	33.3	0
6	เล่าเรื่องราว (Story)	0	0	50	0	50	0

จากตารางแสดงค่าร้อยละของความพึงพอใจของนักออกแบบด้านกราฟิก ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า นักออกแบบด้านกราฟิก มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1, 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 16.7) มีความพึงพอใจ รูปแบบรูปภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 33.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็ม

หน้าจอ ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) และสุดท้าย มีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 50)

6. อภิปรายผล

6.1 การออกแบบรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ เป็นการออกแบบ 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปภาพนิ่ง สามารถแสดงสิ่งที่ต้องการสื่อโดยมีองค์ประกอบ อย่างภาพถ่ายบุคคล ภาพสินค้า และข้อความที่ชัดเจน 2)รูปแบบรูปภาพเลื่อน มีรูปภาพชัดเจน มีความต่อเนื่องกัน 3) รูปแบบชุดรูปภาพ ภาพหลักดึงดูด และภาพรองแสดงตัวสินค้าชัดเจนนำไปสู่การซื้อสินค้าได้ 4) รูปแบบเต็มหน้าจอ ใช้ภาพหลักสวยงาม ภาพเต็มหน้าจอแสดงภาพบุคคลที่น่าสนใจ ช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์ 5) รูปแบบภาพเคลื่อนไหว ภาพแรกที่เล่นโดยอัตโนมัติควรมองเห็นชัดเจน ไม่ซับซ้อน 6) รูปแบบเล่าเรื่องราว มีภาพถ่ายบุคคลที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย มีข้อความชัดเจนและไม่มากเกินไป จะได้รับความสนใจจนนำไปสู่การสนทนา ซึ่ง**สอดคล้องกับ**องค์ประกอบหลักในการออกแบบกราฟิกโฆษณาบนเฟสบุ๊ค คือ การใช้ขนาดและสัดส่วนของภาพที่ถูกต้อง และการเลือกใช้สีที่ทำให้เกิดความสนใจ แสดงตัวตน และสื่อความหมาย เลือกใช้ตัวอักษรอ่านง่ายชัดเจน (Kasin Charuwan, 2560) รวมึงการใช้ข้อความในรูปภาพที่ไม่มากเกินไป (Facebook for Business, 2563)

6.2 การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ต่อรูปแบบกราฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) สำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มคือ ผู้สูงอายุ และนักออกแบบด้านกราฟิก โดยสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 46.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 36.5) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 32.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็มหน้าจอ ตัวอย่างที่ 2 มากที่สุด (ร้อยละ 42) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 41) และมีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 46.6) สำหรับนักออกแบบด้านกราฟิก พบว่า นักออกแบบด้านกราฟิก มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพนิ่ง ตัวอย่างที่ 1, 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 16.7) มีความพึงพอใจ รูปแบบรูปภาพเลื่อน ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบชุดรูปภาพ ตัวอย่างที่ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 33.3) มีความพึงพอใจ รูปแบบเต็มหน้าจอ ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจ รูปแบบภาพเคลื่อนไหว ตัวอย่างที่ 1 มากที่สุด (ร้อยละ 50) และสุดท้าย มีความพึงพอใจ รูปแบบเล่าเรื่องราว ตัวอย่างที่ 2 และ 3 มากที่สุด (ร้อยละ 50)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุให้ความสนใจและพึงพอใจต่อเนื้อหาด้านสุขภาพ มีความสนใจต่อภาพถ่าย โดยเฉพาะภาพถ่ายผู้สูงอายุที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตนเอง การใช้อักษรรูปแบบมีหัวที่อ่านง่ายชัดเจน การใช้สีโทนเย็นอย่างสีฟ้า สีเขียวและสีขาว ที่ทำให้มองเห็นสบายตา การจัดวางภาพและข้อความอย่างสมดุล ไม่มีรายละเอียดซับซ้อนหรือมากเกินไป เนื้อหามีความตรงไปตรงมา ทำให้ผู้สูงอายุเข้าใจง่ายตรงตามจุดประสงค์ สอดคล้องกับการออกแบบเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของผู้สูงอายุ ที่สมองจะตอบสนองช้าลง ตาจะโฟกัสภาพช้าลง เกิดภาวะสายตายาว หรือมองเห็นไม่ชัดเจน (พญ.วิภาดา วามวาณิชย์, 2557)

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สามารถพัฒนา หรือนำไปใช้ในการออกแบบกราฟฟิกโฆษณาสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุ บนสื่อชนิดอื่น เช่น ป้ายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่ใกล้เคียง เช่น อินสทาแกรม (Instagram) เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

อาจมีการวิจัยรูปแบบกราฟฟิกโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเด็ก, วัยรุ่น, ผู้ป่วยในโรงพยาบาล หรือ ผู้ที่มีความพิการทางสายตา

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ เพราะได้รับความกรุณาชี้แนะจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ จงชานสิทโธ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไข รวมถึงขอขอบคุณผู้สูงอายุ และนักออกแบบด้านกราฟิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

9. เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *รบ.กำหนด 'ผู้สูงอายุ' เป็นวาระแห่งชาติ พร้อมเตรียมแผนรับมือแบบคลอบคลุม.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก: https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/ 862026

กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *'สูงวัย' ยุคใหม่หัวใจติดเน็ต.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก: https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/854410

พญ.วิภาดา วามวาณิชย์. (2657). *Aging Change.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2563, จาก: https://materials.tcdc.or.th/th/article/technology-innovation/20092

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2560). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2559.* พิมพ์ครั้งแรก กรุงเทพฯ. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส. ผส.), 22-28.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2562). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2561.* พิมพ์ครั้งแรก กรุงเทพฯ. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส. ผส.), 10-102.

Facebook for Business ศูนย์ช่วยเหลือโฆษณา. (2563). *รูปแบบโฆษณาบน Facebook.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2563, จาก: https://www.facebook.com/business/ads/ad-formats.

Kasin Charuwan. (2560). *3 องค์ประกอบหลัก สร้างรูปภาพโฆษณาให้ถูกใจ Facebook.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก: https://stepstraining.co/social/3-elements-of-facebook-image-ads

Positioning. (2559). *"ผู้สูงวัย" เทรนด์ลูกค้ามาแรง ! แต่ทำไมนักการตลาดยังมองข้าม.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก: https://positioningmag.com/1100674

การศึกษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉ

A STUDY ON TITLING TECHNIQUE IN THE CHAE TV PROGRAMME

นลินทิพย์ มาคะมะโน, เจนจิรา ยัฆพันธ์,
ญามีร่า เต๊ะโกบ, ราญานาเดีย เจะแต
นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: nalintip.m@gmail.com

สมิทธ์ชาต์ พุมมา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
E-mail: samitchapumma@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลหัวเรื่องในรายการแฉจากช่อง YouTube GMM25Thailand ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคม 2563 ถึง 14 สิงหาคม 2563 รวมทั้งสิ้น 179 เรื่อง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาในสื่อ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการใช้ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉ พบจำนวน 6 ชนิด พบมากที่สุดคือ การใช้คำเรียกชื่อ ส่วนที่พบน้อยที่สุดคือ การใช้คำถาม ด้านการนำเสนอเนื้อหาจากพาดหัวเรื่องในรายการแฉ พบจำนวน 4 ชนิด โดยพบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิงมากที่สุด พบน้อยที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร

คำสำคัญ: พาดหัวเรื่อง รายการแฉ การใช้ภาษา การนำเสนอเนื้อหา

ABSTRACT

This research article aimed to study titling technique in the Chae TV Programme using a qualitative research method. 179 titles in the Chae TV programme were collected from YouTube GMM25 Thailand from 20th July, 2020 to 14th August, 2020. The researcher analyzed data basing on ideas regarding language use and presentation of content in the media. The findings revealed that language use through titling technique in the Chae TV programme, six types of language use were found; Name words were found most, but question marks were found least. For the presentation of content through titling technique in the Chae TV programme, four types of content were found; entertainment was found most, but food was found least.

Keywords: titling technique, the Chae TV programme, language use , presentation of content

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การสื่อสารเป็นกิจกรรมสำคัญที่มนุษย์ในสังคมได้ถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ แก่กันและกัน ซึ่งความสามารถในการติดต่อกับผู้อื่นให้เกิดความเข้าใจตรงกันได้นั้นเป็นทักษะขั้นสูงของการสื่อสาร เพราะการที่มนุษย์สามารถถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันนั้นย่อมเป็นหนทางนำไปสู่การดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุข เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนแปลงไปสังคมก็จะเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ทำให้สื่อสารมวลชนเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาเคียงคู่กับสังคมไทยเป็นเวลานาน และมีวิวัฒนาการเติบโตไปตามสภาวะความเปลี่ยนแปลงของสภาพทางสังคม

รายการ “แฉ” มีการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นกระแสสังคม จึงนับเป็นรายการวาไรตี้ทอล์กที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการพาดหัวเรื่องมีภาษาที่ทันสมัย เข้าถึงทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ยังทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและต้องการติดตามรายละเอียดของข่าวที่พิธีกรต้องการนำเสนอต่อไป ส่งผลให้รายการ “แฉ” เป็นรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงทั้งออนแอร์และออนไลน์ จึงเห็นได้ว่าการพาดหัวเรื่องถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการให้ได้รับความนิยม เพราะสื่อสารมวลชนได้เริ่มเข้ามามีบทบาทและสามารถเข้าถึงผู้รับข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทั้งยังเป็นสื่อที่มีภาษาเฉพาะตัว ซึ่งภาษาย่อมมีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมาก ภาษาจึงมีความน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

รายการแฉจะมีการพาดหัวเรื่องขึ้นมาบนหน้าจอของรายการ เพื่อที่จะสร้างความโดดเด่นของเนื้อหาในวันนั้นและบอกถึงสาระสำคัญของเรื่องนั้น ๆ เพราะพาดหัวข่าวเป็นจุดแรกที่ดึงดูดความสนใจและบอกประเด็นสำคัญของข่าว ทำให้ผู้รับชมสามารถรับรู้และเข้าใจได้ถึงเรื่องราวที่นำเสนอ โดยในการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละวันของรายการแฉจะมีจำนวนพาดหัวเรื่องที่หลากหลาย ตามลักษณะของข่าวที่แตกต่างกันไป ซึ่งหัวเรื่องส่วนใหญ่จะมีขนาดสั้นได้ใจความ มีการใช้คำสแลง คำเรียกชื่อ คำทับศัพท์ คำย่อ และการตัดคำ ทำให้เกิดความหมายเฉพาะอย่างเด่นชัด และสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความโดดเด่นของเนื้อหาในรายการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและประสงค์ที่จะศึกษาภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉ เพื่อจะได้ทราบลักษณะการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะเป็นประโยชน์ในด้านการนำไปใช้เพื่อเป็นแบบอย่างในการเรียนการสอนรายวิชาภาษาไทยในประเด็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา

3. นิยามศัพท์เฉพาะ

การพาดหัวเรื่อง หมายถึง การพาดหัวข่าวที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้แทนเนื้อเรื่อง ซึ่งเป็นเครื่องชี้นำไปยังเนื้อหาสาระที่แท้จริงของเรื่อง

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาจากงานวิจัยของ พิมพ์พรรณ รัชนีกร (2553) เรื่อง “ศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอของบทความวิจารณ์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์” ผลการศึกษาพบว่า ลีลาการใช้ภาษาในบทความวิจารณ์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์

ด้านการใช้คำ พบการใช้คำทับศัพท์ คำสแลง คำซ้อน คำประสม คำย่อ และคำตัด ส่วนกลวิธีการนำเสนอของบทความพบว่า ด้านการพาดชื่อเรื่อง พบการพาดชื่อแบบตรงกับเนื้อเรื่อง สรุปประเด็นสำคัญของเรื่อง แบบใช้คำคล้องจองกัน แบบใช้คำกริยาที่แสดงอาการน่าสนใจ แบบใช้คำที่มีความหมายตรงกันข้ามมาคู่กัน แบบใช้คำพังเพย สำนวน สุภาษิต แบบใช้คำถาม และแบบฉงนสนเท่ห์ และงานวิจัยของ กาญจนา ปราบปัญจะ (2553) เรื่อง "ศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว. วชิรเมธี" ผลการศึกษาด้านการใช้คำพบว่า มีการใช้คำซ้อน คำสแลง คำสร้างใหม่ คำภาษาต่างประเทศ คำให้เกิดจินตภาพ คำที่มีความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝง คำพ้นสมัย คำเชื่อม และคำที่มีการเล่นเสียงเล่นจังหวะ ด้านการใช้ประโยค พบว่า มีการใช้ประโยคกระชับ ประโยคขนานความ ประโยคขัดความ ประโยคซ้ำคำหรือซ้ำความ และประโยคสรุปความ

5. วิธีดำเนินการวิจัย

1) ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้จะศึกษาภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา โดยเก็บรวบรวมหัวเรื่องในรายการแฉจากช่อง YouTube GMM25Thailand ซึ่งรวบรวมตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2563 ถึงวันที่ 14 สิงหาคม 2563 จำนวนทั้งสิ้น 179 เรื่อง โดยในแต่ละวันจะมีการนำเสนอเรื่องราวติดต่อกันหลายเรื่อง

2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพาดหัวข่าว เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาในสื่อมวลชน เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้คำ

ขั้นที่ 2 เก็บข้อมูลรายการแฉจากช่อง YouTube GMM25Thailand จำนวน 20 เทป ซึ่งรวบรวมตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2563 ถึงวันที่ 14 สิงหาคม 2563 ได้จำนวนทั้งหมด 179 เรื่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ต่อไป

ขั้นที่ 3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ศึกษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา

ขั้นที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอแนะ

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉด้านการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. การใช้ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉ สามารถแบ่งออกเป็น 6 ชนิดย่อย ได้แก่ การใช้คำเรียกชื่อ การใช้คำทับศัพท์ การใช้คำสแลง การตัดคำ การใช้คำสมญานาม และการใช้คำถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การใช้คำเรียกชื่อ เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการนำคำที่ใช้เรียกชื่อบุคคลมาใช้ ซึ่งมีทั้งการเรียกชื่อจริง การเรียกชื่อเล่น และการเรียกชื่อเล่นและชื่อจริง ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้คำเรียกชื่อจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 146 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น น้องชมพู่ ฟิล์ม รัฐภูมิ เจนนี่ และวิน เมธวิน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"ฟิล์ม รัฐภูมิ" ตอบทุกสเต็ปชีวิต ผ่านมาหลายอาชีพ ดารา นักร้อง นักการเมือง นักธุรกิจ

(รายการแฉ : 30 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการใช้คำเรียกชื่อ ในข้อความที่กล่าวว่า "ฟิล์ม รัฐภูมิ" ซึ่งเป็นการเรียกชื่อเล่นตามด้วยชื่อจริง ฟิล์ม รัฐภูมิ หมายถึง ชื่อของ ฟิล์ม รัฐภูมิ โตคงทรัพย์ นักร้อง นักแสดง นักธุรกิจ และนักการเมืองชาวไทย ซึ่งในบริบทหัวเรื่องดังกล่าวเป็นการกล่าวถึงชื่อบุคคลที่กำลังตกเป็นข่าวอยู่ในขณะนั้น

1.2 การใช้คำทับศัพท์ เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการนำคำต่างประเทศมาใช้ โดยเป็นการยืมคำมาจากภาษาต่างประเทศที่รับเอาคำของภาษาหนึ่งมาถ่ายเสียงและถอดอักษรเพื่อใช้ในอีกภาษาหนึ่ง ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้คำทับศัพท์จากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 47 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น เคลียร์ ไอเดีย แชร์ และโซเชียล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"ลีซอ ธีรเทพ" **เคลียร์!** ภาพลักษณ์ที่คนมองเป็นนักบอลเจ้าชู้

(รายการแฉ : 20 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการใช้คำทับศัพท์ คือ คำว่า "เคลียร์" ความหมายจากพจนานุกรมแปลอังกฤษ - ไทย ราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้ว่า จัดการกับปัญหา แก้ไขปัญหา ซึ่งในบริบทของหัวเรื่องดังกล่าวมีการใช้คำทับศัพท์ คำว่า "เคลียร์" โดยใช้คำให้เข้ากับเรื่องที่กำลังกล่าวถึงซึ่งเป็นเรื่องของ ลีซอ ธีรเทพ ที่ออกมาพูดถึงปัญหาภาพลักษณ์ที่คนอื่นมองว่าตนเป็นนักฟุตบอลที่เจ้าชู้

1.3 การใช้คำสแลง เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการนำคำสแลงมาใช้ ซึ่งเป็นคำที่ถูกกำหนดเสียงและความหมายขึ้นมาใหม่ เป็นถ้อยคำสำนวนหรือภาษาพูดที่ใช้สร้างความเข้าใจเฉพาะกลุ่ม ส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้คำสแลงจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 10 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น ฟิน เฟียส แฉ และเป๊ะ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"เจนนี่ ได้หมดถ้าสดชื่น" ขอโทษ...ที่ทำตัว**เฟียส ๆ** หลังเจอชาวเน็ตขุดคลิปเก่า

(รายการแฉ : 11 สิงหาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการใช้คำสแลง คือ คำว่า "เฟียส" โดยพจนานุกรมแปลอังกฤษ - ไทย ราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้ว่า ดุเดือด ดุร้าย รุนแรง ซึ่งในบริบทดังกล่าวคำว่า "เฟียส" นอกจากหมายถึง แรง แล้วคำ ๆ นี้ยังหมายความไปถึง กล้า เริ่ด เชิด เป็นตัวของตัวเอง แสดงให้เห็นว่าถึงแม้เจนนี่จะโดนกระแสโจมตีอย่างหนักแต่เธอก็ยังทำตัวเริ่ดเชิดอยู่โดยไม่เกรงกลัวผู้ใด

1.4 การตัดคำ เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการตัดคำ ซึ่งเป็นการนำคำมาใช้โดยการย่อหรือตัดจากคำเต็มหรือกลุ่มคำ เป็นการพูดสั้น ๆ ละส่วนที่เหลือไว้ในฐานที่เข้าใจ สามารถจะย่อได้ทั้งส่วนหน้า ส่วนกลาง และส่วนท้าย ซึ่งในการตัดคำหรือย่อคำจะทำให้เนื้อความกระชับ และหัวเรื่องมีความสั้นลง ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการตัดคำจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 8 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น เหตุ ยัน เตือน และชี้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"แม่น้องชมพู่" แจงแล้ว **เหตุ**ไม่ปิดบัญชีได้รับบริจาค 30 ล้านจริงหรือไม่

(รายการแฉ : 23 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการตัดคำ ในคำว่า "เหตุ" ซึ่งเป็นการตัดคำที่เหลือเฉพาะส่วนหลังโดยตัดมาจากคำเต็มว่า "สาเหตุ" ที่หมายถึง น. ต้นเหตุ เหตุทำให้เกิดถ้อยความขึ้น โดยในบริบทดังกล่าวเป็นการกล่าวถึงกรณีที่เป็นข้อสงสัยว่า เหตุใดแม่ของน้องชมพู่ถึงไม่ปิดบัญชี และยังได้รับเงินบริจาคถึง 30 ล้านบาท ซึ่งการพาดหัวเรื่องข้างต้นช่วยให้ผู้รับชมไขข้อสงสัยได้เป็นอย่างดี

1.5 การใช้คำสมญานาม เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการนำคำสมญานามมาใช้ ซึ่งเป็นชื่อที่ถูกตั้งขึ้นตามรูปลักษณะ หรือพฤติกรรมที่ไม่ใช่ชื่อจริง เป็นการตั้งชื่อหรือให้ฉายาอันเป็นเอกลักษณ์ของบุคคลในข่าว ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้สมญานามจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 8 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น ไฮโซ หม่อมถนัด บ้านเบี้ยว และเจ้าแม่ฮันนี่ ศรีอีสาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"เชียร์ ฑิฆัมพร" เปิดความรักสุดหวานกับ**ไฮโซบิ๊ก** กว่าจะคบคนนี้ใช้เวลาดูใจนานถึง 2 ปี

(รายการแฉ : 3 สิงหาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการใช้คำสมญานาม คือ คำว่า "ไฮโซ" เป็นการกล่าวถึงสมญานามของคุณบิ๊ก ธนพนธ์ เบญจรงคกุล ลูกชายของสมชาย เบญจรงคกุล ซึ่งได้สมญานามนี้มาเนื่องจากเป็นลูกชายของตระกูลดังตระกูลหนึ่งของประเทศไทย จึงทำให้บิ๊กมีฉายาหรือสมญานามว่า "ไฮโซ" นำหน้าชื่อเล่น แสดงให้เห็นว่าเป็นบุคคลที่มีฐานะทางสังคม

1.6 การใช้คำถาม เป็นการพาดหัวเรื่องที่มีการนำคำถามมาใช้ เพื่อต้องการคำตอบในเรื่องนั้น ๆ ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้คำถามจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 5 พาดหัวข่าว ตัวอย่างเช่น จริงหรือ จริงหรือไม่ ทำเพื่ออะไร และเพราะอะไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"ตั้ม วราวุธ" ในฐานะคนสนิทของ "กัน นภัทร" ตอบความสัมพันธ์ "กัน - มารี" เลิกกันแล้ว**จริงหรือ?**

(รายการแฉ : 28 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้ปรากฏการใช้คำถาม ในข้อความที่ว่า "เลิกกันแล้วจริงหรือ" โดยคำที่สามารถแสดงการถามหรือการตั้งคำถามคือคำว่า "จริงหรือ" ซึ่งในการพาดหัวเรื่องดังกล่าวเป็นการใช้คำถามเพื่อต้องการคำตอบว่า "กัน นภัทร" กับ "มารี เบรินเนอร์" มีความสัมพันธ์กันอย่างไร เลิกกันแล้วจริงหรือไม่ ซึ่งทำให้เป็นที่สนใจของเหล่าบรรดาแฟนคลับของทั้งสองฝ่ายว่าทั้งคู่มีปัญหาหรือเกิดเรื่องอะไรขึ้น การพาดหัวเรื่องดังกล่าวนี้ช่วยดึงดูดความสนใจแก่ผู้รับชมได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาภาษาการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ ผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ นอกจากมีการใช้คำที่หลากหลายเพื่อให้หัวเรื่องมีความน่าสนใจและทันสมัยแล้ว ภาษาที่ใช้ก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่ายตามลักษณะของหัวเรื่อง

2. การนำเสนอเนื้อหาจากหัวเรื่องในรายการแฉ สามารถแบ่งประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ชนิดย่อย ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิง สังคม เศรษฐกิจ และอาหาร มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิง เป็นการรายงานเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิง ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิงจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 86 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"เอมี่ กลิ่นประทุม" กับบทบาทละครที่ร้อนแรงที่สุดใน "เริงริตา"

(รายการแฉ : 22 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบันเทิง นักแสดงดังกล่าว คือ "เอมี่ กลิ่นประทุม" ที่รับบทเป็นภรรยาของกฤษฎา พรเวโรจน์ เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นเมื่อทั้งสองแต่งงานกันแล้วอยากที่จะมีบุตร แต่ปรากฏว่าไม่สามารถมีบุตรได้ นางเอกสาวจึงโดนกดดันจากแม่ยาย และต้องเจอกับเพื่อนที่ตน

เคยมีเรื่องด้วยกันมาก่อน ซึ่งการรับบทครั้งนี้นับว่าเอมี่เป็นตัวละครที่ต้องมีความเข้มแข็งอดทน เพราะมีทั้งฉากเศร้าและเจ็บปวด แต่เธอก็สามารถแสดงออกมาได้เป็นอย่างดี

2.2 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่เป็นที่จับตามองของสังคม สามารถแบ่งประเด็นย่อยออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

2.2.1 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อและไสยศาสตร์ เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อและไสยศาสตร์ที่ว่าด้วยการควบคุมอำนาจอันลึกลับซึ่งเชื่อว่ามีอยู่ในโลก เพื่อให้อำนาจนั้นบันดาลให้เกิดผลที่พึงปรารถนา เช่น การแขวนวัตถุมงคลเพื่อให้ตนได้รอดพ้นจากภัยอันตราย การทำนายฝัน และการท่องบทคาถา เป็นต้น ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อและไสยศาสตร์จากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 23 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"หลวงพ่อนิ้งหน่อง" นิมิตเห็น "น้องชมพู่" ไม่ได้เดินขึ้นไปตายเอง

(รายการแฉ : 21 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความเชื่อและไสยศาสตร์ของหลวงพ่อนิ้งหน่อง สำนักสงฆ์ นครนายก หลวงพ่อนิ้งหน่องได้เล่าว่า ก่อนที่ท่านจะเข้านอนท่านได้ตั้งจิตอยากจะถามน้องชมพู่ว่า น้องชมพู่จูงสุนัขเข้าป่าแล้วหลงเองหรือมีใครพาไป ซึ่งหลวงพ่อนิ้งหน่องได้แปลนิมิตว่า น้องชมพู่ไม่ได้ตามสุนัขเข้าไปแต่มีคนพาเข้าไป ซึ่งจากการแปลฝันของหลวงพ่อนิ้งหน่องทำให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องการทำนายฝัน

2.2.2 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งหรือการทะเลาะวิวาท เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะของความขัดแย้ง ที่เริ่มต้นด้วยการโต้เถียง เมื่อต่างฝ่ายไม่ยอมกันก็จะนำไปสู่การใช้ความรุนแรง ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งหรือการทะเลาะวิวาทจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 23 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"แม่น้องชมพู่" ไม่เชื่อ! ลูกถูกตีด้วยก้านมะยมและถูกทรมานให้ตาย

(รายการแฉ : 21 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคุณอัจฉริยะกับ แม่ของน้องชมพู่ เป็นการนำเสนอเรื่องราวของแม่น้องชมพู่ ซึ่งตนไม่เชื่อในประเด็นที่ลูกถูกตีด้วยก้านมะยมจนเสียชีวิต เนื่องจากตนไม่เคยตีลูกด้วยก้านมะยม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งทางความคิดระหว่างคุณอัจฉริยะ ที่กล่าวหาว่าน้องชมพู่ถูกตีด้วยก้านมะยมจนเสียชีวิต

2.2.3 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเสียชีวิต เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเสียชีวิต ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเสียชีวิตจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 21 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ย้อนเหตุการณ์ "ทายาทกระทิงแดง" ขับรถซิ่งชนตำรวจจนเสียชีวิตคาเครื่องแบบ

(รายการแฉ : 24 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการเสียชีวิตของดาบตำรวจวิเชียร ที่เสียชีวิต เนื่องจากเกิดอุบัติเหตุในขณะกำลังปฏิบัติหน้าที่ตรวจถนนสายสุขุมวิท โดยผู้ก่อเหตุ คือ บอสอยู่วิทยา ซึ่งเหตุการณ์ครั้งนี้ทำให้ดาบตำรวจ วิเชียร เสียชีวิตคาที่

2.3 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ เป็นการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ การเงิน ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 16 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เผยสาเหตุราคาทองพุ่ง 350 บาท! ราคาขายทะลุ 2.8 หมื่น

(รายการแฉ : 22 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเศรษฐกิจของราคาทองคำ ซึ่งทางรายการได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับราคาทองพุ่งสูงถึง 350 บาท ซึ่งทำลายสถิติขึ้นสูงสุดในรอบ 9 ปี เนื่องจากได้รับผลกระทบจากความคืบหน้าในการออกมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจเพิ่มเติมของสหรัฐอเมริกา

2.4 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ จำนวน 12 พาดหัวข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"เหลาซิก หอยจ้อปูทะลัก" เนื้อปูแน่น ๆ ยอมลาออกจากงานมาลุยธุรกิจที่คนในครอบครัวไม่เห็นด้วย กลับสร้างรายได้ดีอย่างไม่น่าเชื่อ

(รายการแฉ : 20 กรกฎาคม 2563)

ตัวอย่างหัวเรื่องดังกล่าวนี้รายการแฉได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร โดยร้านดังกล่าวมีชื่อว่า "เหลาซิก หอยจ้อปูทะลัก" ซึ่งเป็นร้านดังในย่านเยาวราชที่สานต่อธุรกิจโดยคนรุ่นใหม่ จุดเริ่มต้นของธุรกิจ คือ การทำหอยจ้อส่งตามร้านอาหารและภัตตาคารต่าง ๆ โดยในช่วงที่เกิดเหตุการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลให้เศรษฐกิจตกต่ำ ลูกชายจึงตัดสินใจลาออกจากงานประจำเพื่อกลับมาสานต่อธุรกิจ แต่ทางบ้านไม่เห็นด้วยเนื่องจากงานที่ลูกชายทำอยู่นั้นดีกว่า สุดท้ายผลลัพธ์ที่ได้กลับเกินคาดหมายเนื่องจากสามารถสร้างรายได้ที่ดีกว่างานเดิมถึงหลายเท่า

จากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาจากการพาดหัวเรื่องในรายการแฉ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่ทางรายการแฉได้นำเสนอนั้นจะเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมไทย และล้วนเป็นเรื่องราวของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็น ศิลปิน นักแสดง นักธุรกิจ หรือประชาชนทั่วไปทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทำให้ผู้รับชมสามารถเข้าใจเนื้อหาได้เป็นอย่างดี เนื่องจากพิธีกรมีการนำเสนอข่าวสารอย่างละเอียดและตรงประเด็น

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาการใช้ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉพบว่า มีการใช้คำเรียกชื่อมากที่สุด เนื่องจากชื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดความสนใจต่อข่าวที่พิธีกรนำเสนอ โดยคำเรียกชื่อส่วนใหญ่จะเป็นคำเรียกชื่อบุคคลต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง และเป็นชื่อของบุคคลที่กำลังตกเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสารในขณะนั้น ส่วนการใช้คำถามพบเป็นอันดับสุดท้าย เนื่องจากขึ้นอยู่กับเนื้อหาของข่าวแต่ละเรื่องว่าต้องการทราบข้อมูลมากน้อยเพียงใด บางเรื่องต้องใช้คำถามเพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารสนใจข่าว และการตั้งคำถามมักต้องมีคำตอบอยู่ในข่าวนั้นเสมอ

การนำเสนอเนื้อหาจากการใช้ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉที่พบมากที่สุด คือ การนำเสนอหาเกี่ยวกับบันเทิง เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่มักให้ความสนใจต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง หากบุคคลนั้นได้กระทำผิดผู้คนมักจะให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อติดตามข่าวสารว่าเรื่องราวตอบจบจะเป็นอย่างไร รายการแฉจึงมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิงมากที่สุดเพื่อดึงดูดผู้รับสาร ส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารพบเป็นอันดับสุดท้าย เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาให้กับเจ้าของธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งนับได้ว่าเมื่อนำเสนอผ่านรายการจะส่งผลให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นและเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคม

ผู้วิจัยสรุปจากการวิเคราะห์ได้ว่า ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉมีลักษณะการใช้ภาษาที่หลากหลาย โดยใช้คำและภาษาที่เข้าใจง่าย บางพาดหัวเรื่องมีการใช้คำที่แปลกใหม่เพื่อทำให้เกิดจินตภาพ อันทำให้ภาษาพาดหัวเรื่องนั้นดึงดูดความน่าสนใจของผู้รับสารให้อยากติดตามข่าวต่อไป อาจกล่าวได้ว่า รายการแฉเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากมีการนำเสนอข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ ผู้อ่านจึงต้องอาศัยการพิจารณาที่รอบคอบเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร ซึ่งย่อมเป็นประโยชน์ต่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคม

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถให้ผู้ที่สนใจศึกษาได้รับทราบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหา ทั้งนี้เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

(2) ผู้อ่านสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมถึงประเมินค่างานเขียนประเภทต่าง ๆ ในสื่อรายการโทรทัศน์

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ศึกษาภาษาพาดหัวเรื่องในรายการแฉในประเด็นอื่นต่อไป เช่น ด้านรูปประโยค เป็นต้น

(2) ศึกษาการใช้ภาษาพาดหัวเรื่องในรายการอื่น ๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับรายการแฉ เพื่อให้เห็นพัฒนาการด้านการนำเสนอข่าว

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นอย่างสูงที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยมานำเสนอผลงาน และขอขอบคุณรายการแฉเป็นอย่างยิ่งที่มีการนำคลิปมารีรันในช่อง YouTube GMM25Thailand ตลอดจนงานวิจัยทุกฉบับที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

10. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ปราบปัญจะ. (2553). *การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิมพ์พรรณ รัชนีกร. (2553). *ศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอของบทความวิจารณ์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

GMM25Thailand. (2563). *รายการแฉ*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2563, จาก: https://www.YouTube.com/.com.

การสร้างรูปแบบอักษรภาษาอังกฤษด้วยสมการทางคณิตศาสตร์

CREATING ENGLISH FONT STYLES WITH MATHEMATICAL EQUATIONS

ภูมิ อินภูมี
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
E-mail: phoum.i@nsru.ac.th

ณัฐวุฒิ ฉิมพาลี
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
E-mail: nattawut.chi@nsru.ac.th

สุรีพร จันทร์ขำ
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
E-mail: nattawut.chi@nsru.ac.th

ไอริน ชุ่มเมืองเย็น
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
E-mail: namthip_cy@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งมีจุดประสงค์เพื่อ (1) ออกแบบรูปแบบอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนพิมพ์เล็ก (2) หาสมการทางคณิตศาสตร์ที่สร้างรูปแบบอักษรด้วยโปรแกรม Desmos (3) สร้างแฟ้มรูปแบบอักษรด้วยโปรแกรม Fontlab 7 (4) เพื่อเผยแพร่และประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบอักษร ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะออกแบบอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนพิมพ์เล็กด้วยมือ 6 ชุด จากนั้นจะสำรวจความพึงพอใจต่อแบบ จำนวน 100 คน เลือกแบบอักษรเพียง 1 ชุด นำไปสร้างแบบอักษรโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์ผ่านโปรแกรม Desmos จากนั้นนำแต่ละตัวอักษรนำไปสร้างเป็นแฟ้มรูปแบบอักษรด้วยโปรแกรม Font lab7 และทำการประเมินแบบอักษรจากกลุ่มผู้ดาวน์โหลดแบบอักษร 124 คนด้วยแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าค่าฐานนิยมของผู้รับการสำรวจต่อออกแบบอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนพิมพ์เล็กชุดที่ 5 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35 รูปแบบอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนพิมพ์เล็กที่สร้างด้วยโปรแกรม Desmos ใช้สมการทางคณิตศาสตร์ทั้งหมด 162 สมการ และได้แฟ้มรูปแบบอักษรด้วยโปรแกรม Fontlab 7 จำนวน 1 แฟ้ม ที่มีอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนพิมพ์เล็กจำนวนทั้งหมด 26 ตัวอักษร และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อลักษณะรูปแบบอักษรมากที่สุด ($\bar{x} = 4.51, SD = 0.45$)

คำสำคัญ: รูปแบบอักษร, สมการของฟอนต์ , การสร้างฟอนต์

ABSTRACT

The purposes of this research were to (1) Lowercase English font design (2) Finding mathematical equations that generate typefaces with Desmos (3) Create a font file with Fontlab 7. (4) To disseminate and evaluate the satisfaction of fonts. This study will design 6 sets of handwritten English font by hand. Then, 100 people will survey the satisfaction with the design and select only 1 set of fonts. Create fonts using mathematical equations through Desmos program, and then use each font to create a font file with Font lab 7.

The results of the study revealed that mode of the surveyor for the fifth set of lowercase font design, accounted for 35 percentage. 162 mathematical equations are used in the lowercase English font created with Desmos. and get a font file with Font lab7 program, containing lowercase English font totaling 26 characters.and the samples were most satisfied with the font style ($\bar{x} = 4.51, SD = 0.45$)

Keywords: Font Style, Font Equation, Font creating

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication - CMC) เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อกันได้ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์อาจสื่อสารในรูปแบบของ ภาพ เสียง หรือการพิมพ์ การพิมพ์จะพิมพ์ผ่านรูปแบบอักษร(font) รูปแบบอักษร(font) มีความสำคัญต่อการสื่อสารสื่อความหมายอย่างมาก รูปแบบอักษร(font) สามารถสร้างได้โดยโปรแกรมสร้างฟอนต์สำเร็จรูปจำหน่ายโดยทั่วไป ปัจจุบันมีผู้สร้างฟอนต์จำหน่ายกันอย่างมากมายเป็นอาชีพได้ ฟอนต์มีมากมายหลายแบบ คนส่วนใหญ่เลือกฟอนต์ที่ต้องการใช้งานเท่านั้น และแต่ละคนชอบฟอนต์แตกต่างกัน ความต้องการฟอนต์รูปแบบใหม่ ๆ มีอย่างต่อเนื่อง ตามกาลเวลาที่เปลี่ยนไปทำให้ต้องมีการคิดค้นรูปแบบฟอนต์ในรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการทางสุนทรียะของผู้ใช้ทั่วไป เมื่อสังเกตุลายเส้นของแบบอักษรทางคณะผู้ศึกษาได้เล็งเห็นว่ากราฟจากสมการสามารถนำมาสร้างลายเส้นของแบบอักษรได้ สามารถนำความรู้ในเรื่องความโค้งที่เกิดจากสมการพาราโบลา สมการวงกลม หรือสมการกำลังสองต่าง ๆ สมการกำลังสาม สมการเส้นตรง และสมการทางคณิตศาสตร์รูปแบบอื่น ๆ มาใช้ในการออกแบบรูปแบบอักษรที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อทำให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องสมการทางคณิตศาสตร์ ที่นำมาสรรค์สร้างเป็นผลงาน ดังผลงาน “Circle Limit III” เป็นภาพเขียนปลา 5 ตัว ว่ายอยู่ในรูปกราฟไฮเพอร์โบลิคในระนาบ (hyperbolic space) ที่สวยงามแปลกตา (บุญฤดี แสงจันทร์, 2563) และทำให้เห็นถึงความสำคัญของการนำองค์ความรู้ทางคณิตศาสตร์ไปใช้งานทางศิลปะ ลดมุมมองที่มีต่อคณิตศาสตร์ว่าเป็นวิชาที่มีความเป็นนามธรรมสูง แม้ว่าความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ผ่านทางการวิจัยและการประยุกต์ใช้ การคิดค้นทางคณิตศาสตร์ไม่จำเป็นต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การนำไปใช้ทางวิทยาศาสตร์ นักคณิตศาสตร์หลายคนก็ทำงานเพื่อเป้าหมายเชิงสุนทรียภาพ(วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี,2563)

จากการสอบถามนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศศาสตร์ คณะครุศาสตร์จำนวน 47 คนเกี่ยวกับความต้องการมีรูปแบบอักษรที่เป็นอัตลักษณ์ของสาขาวิชาพบว่าโดยส่วนใหญ่ต้องการให้มีการออกแบบ ฟอนต์และเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ของการใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทางคณะผู้จัดทำจึงใช้ความรู้เกี่ยวกับกราฟทางคณิตศาสตร์ออกแบบลายเส้นต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการสร้าง ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับโปรแกรมที่จะสามารถ

ใช้ในการทำงาน จากงานวิจัยเรื่อง การสร้างกราฟฟังก์ชันของท่ารำวงมาตรฐานโดยใช้ Desmos ของโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาภรณราชวิทยาลัยพิษณุโลก จัดทำโดยมนัสชนก ชาประเสริฐ(2560) และงานวิจัยเรื่อง Equations of Dragon จัดทำโดยธีระยุทธ พิมเสน,ปริญญากรณ์ แย้มเบน และสราวุธ กวีวัชรวรรณ (2561) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากผลการศึกษาทางคณะผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นว่า Desmos สามารถนำมาสร้างลายเส้นได้อย่างสวยงาม ผ่านการเขียนกราฟทางคณิตศาสตร์ผนวกกับการสร้างแบบอักษรจากโปรแกรม Font lab ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในระดับมหาวิทยาลัย และผู้สร้างฟอนต์มืออาชีพ ผู้จัดทำการศึกษานี้ขึ้นเพื่อเป็นการสร้างแบบอักษรอันเป็นเอกลักษณ์โดยสร้างรูปแบบอักษรจากความรู้วิชาคณิตศาสตร์เรื่องกราฟและสมการ ผ่านการใช้โปรแกรม Desmos และโปรแกรม Font lab 7 แม้ว่าการสร้างรูปแบบอักษร(font) ด้วยวิธีปกติจะสามารถสร้างรูปแบบอักษร(font) ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วกว่า แต่ทางผู้จัดทำคำนึงถึงรูปแบบอักษร(font) ที่มีที่มาและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของคณะผู้จัดทำ และสามารถนำรูปแบบอักษรไปใช้ได้จริง อย่างแพร่หลายต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบรูปแบบอักษร(font) ภาษาอังกฤษแบบตัวเขียนพิมพ์เล็ก และสำรวจความพึงพอใจ
2. เพื่อหาสมการทางคณิตศาสตร์ที่ใช้สร้างรูปแบบอักษร
3. เพื่อสร้างรูปแบบอักษร(font) ภาษาอังกฤษแบบตัวเขียนพิมพ์เล็กด้วยสมการทางคณิตศาสตร์
4. เพื่อเผยแพร่และประเมินความพึงพอใจ รูปแบบอักษร(font) ภาษาอังกฤษแบบตัวเขียนพิมพ์เล็กด้วยสมการทางคณิตศาสตร์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินการศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบอักษรภาษาอังกฤษตัวเขียนจากสมการทางคณิตศาสตร์ คณะผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยลำดับเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญดังต่อไปนี้ 1) โปรแกรมแกรมที่เกี่ยวข้อง Desmos, Adobe Photoshop cc, Font lab 7, Google from 2) สมการทางคณิตศาสตร์ สมการเชิงเส้น สมการพหุนามดีกรีสองสมการพหุนามกำลังที่มีดีกรีมากกว่าสอง สมการตรีโกณมิติ สมการเอกซ์โพเนนเชียล สมการลอการิทึม สมการค่าสัมบูรณ์ 3) หลักการออกแบบตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรประดิษฐ์ มีเป้าหมายหลัก 2 ประการ คือ ประการแรก ต้องการสนองตอบด้านประโยชน์ใช้สอยได้อย่างเต็มที่ ประการที่สอง ต้องการสนองตอบให้เกิดคุณค่าทางความงาม ผู้ออกแบบจึงต้องศึกษาถึงโครงสร้างของภาษา การออกแบบตัวอักษรประดิษฐ์ จึงไม่ได้เป็นเพียงการสร้างรูปลักษณ์ของตัวเองเท่านั้น ยังต้องคำนึงถึงเรื่องสไตล์ของตัวอักษร เรื่องของการจัดพื้นที่ว่าง การตกแต่งตัวอักษร การจัดวางตัวอักษร เพื่อประยุกต์ใช้ในงานต่าง ๆ เพื่อให้แบบตัวอักษรที่จะถ่ายทอดคุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ได้อย่างเต็มที่ ผู้ออกแบบจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการออกแบบพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้ หลักความเป็นเอกภาพ หลักความสมดุล ทั้งในลักษณะเท่ากัน ไม่เท่ากัน และลักษณะศูนย์ถ่วง หลักให้ความกลมกลืนกัน หลักของสัดส่วนของตัวอักษร หลักการสร้างจังหวะและลีลา และหลักการสร้างจุดเด่น (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ : 2545) การออกแบบตัวอักษรเพื่อให้เกิดรูปลักษณ์ของแบบอักษรแบบใหม่ให้สอดคล้องกับลักษณะการนำไปใช้งานในโอกาสต่าง ๆ ให้มีความแปลกใหม่ มีความน่าสนใจและเป็นไปได้ตามความต้องการ ผู้ออกแบบจะต้องมีความเข้าใจถึงพื้นฐานการออกแบบและหลักเบื้องต้นวิธีประดิษฐ์

แบบตัวอักษร หลักสำคัญที่นักออกแบบจะต้องจดจำไว้เสมอ ได้แก่ การรักษาไว้ซึ่งโครงสร้างเดิมของตัวอักษร การพัฒนารูปแบบให้มีเอกลักษณ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ : 2545) ตัวอักษรเป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง สะท้อนอารมณ์ เหตุผล ความคิด ความต้องการ ความรู้สึกและตัวอักษรยังสามารถบันทึกรวบรวมความรู้สึกต่าง ๆ ไว้ได้เป็นระยะเวลายาวนาน (วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ : 2550) เพื่อให้แบบตัวอักษรที่จะถ่ายทอดคุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ได้อย่างเต็มที่ ผู้ออกแบบจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการออกแบบพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้ หลักความเป็นเอกภาพ หลักความสมดุล หลักให้ความกลมกลืนกัน หลักของสัดส่วนของตัวอักษร หลักการสร้างจังหวะและลีลาและหลักการสร้างจุดเด่น 4.ทฤษฎีความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ สังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการ (กาญจนา อรุณสุขรุจี : 2546) และระดับของความพึงพอใจ เป็นผลมาจากความสนใจของบุคคลที่มีต่องานของเขา (Good. 1973 : 384) “ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือแรงจูงใจ” (Wolman. 1973 : 333) เท่าที่ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงาน โดยผลตอบแทนที่ได้รับรวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานจะ เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่องานที่ปฏิบัติ (ปริญญา จเรรัชต์ และคณะ : 2546) มาตราวัดของลิเคิร์ทสามารถวัดระดับความพึงพอใจจึงซึ่งเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของงาน (Mangelsdorff. 1978 : 86)

3.2 งานที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา ไพรสิงห์,กฤษณะ ทุ่งจันทร์ และฐิตารีย์ แสงดี (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องลายรักษ์ปลาเสือตอ โดยใช้ Web application Desmos คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ผลการประเมินคุณภาพของชิ้นงาน พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจจากนักศึกษาจำนวน 42 คน พบว่า คุณภาพชิ้นงานเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 คิดเป็นร้อยละ 84.33

ธีระยุทธ พิมเสน,ปริญญากรณ์ แย้มเบน และสราวุธ กวีวัชรวรรณ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Equations of Dragonโดยใช้ Web Application Desmos คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผลการประเมินคุณภาพของชิ้นงานจากนักศึกษาจำนวน 145 คน พบว่า คุณภาพของชิ้นงานเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.32

มนัสชนก ชาประเสริฐ, ปภัสรา งามเลิศนภาภรณ์, ยศพร มีปาน(2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างกราฟฟังก์ชันของท่ารำวงมาตรฐานโดยใช้ Desmos ของโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาภรณราชวิทยาลัยพิษณุโลก ได้รับรางวัลชนะเลิศ เหรียญทอง ในการประกวดงานวิจัยวิทยาศาสตร์ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สาขาวิทยาศาสตร์ประยุกต์ โดยมีนางสาวอังษณานันท์ เด่นสะท้าน เป็นครูที่ปรึกษา ในกิจกรรมค่ายเวทีนักวิทยาศาสตร์รุ่นเยาว์แห่งชาติ ครั้งที่ 13 ณ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 14-17 ตุลาคม 2560

ศิริลักษณ์ รอดชื่น,พิชชาพร นาคกราย และณัฐพล ซ้อนพุฒ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Desmos of elephant โดยใช้ Web application Desmos คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผลการประเมินความพึงพอใจจากนักศึกษาจำนวน 120 คน พบว่า คุณภาพชิ้นงานเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 คิดเป็นร้อยละ 85.21

Alessandra King (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Using Desmos to draw in mathematics เขาได้นำสมการทางคณิตศาสตร์ไปสร้างเป็นรูปต่าง ๆ ในโปรแกรม desmos เพื่อสอนนักเรียนเกี่ยวกับลักษะของสมการแบบต่าง ๆ ที่ส่งผลให้แต่ละกราฟเปลี่ยนแปลงไป เพิ่มความน่าสนใจด้วยการนำสมการเหล่านั้นจำกัดเขตเพื่อสร้างเป็นรูปต่าง

ๆ ตามความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนอีกทั้งยังดึงดูดความสนใจของนักเรียน ในการเรียนรู้เกี่ยวกับคณิตศาสตร์อีกด้วย งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จในชั้นเรียนและได้รับการยกย่องจากนักเรียน โดยเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์และความคิดริเริ่ม

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้จัดทำได้วางแผนการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาสภาพการใช้ฟอนต์โดยทั่วไป และการใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์

2) ศึกษาโปรแกรม Desmos, Font lab 7, Adobe Photoshop cc, Google from เพื่อให้เข้าใจการทำงานต่างๆ ของแต่ละโปรแกรม

3) ออกแบบอักษรโดยร่างแบบอักษรทั้งหมด 6 แบบ และสำรวจความพึงพอใจต่อแบบอักษรทั้ง 6 แบบ จากนั้นนำรูปแบบอักษรพิมพ์เล็ก ที่มีฐานนิยมมากที่สุด(ร้อยละ 35) มาออกแบบอักษรเพิ่มเติมให้ครบ 26 อักษร

4) สร้างลายเส้นอักษรโดยนำสมการทางคณิตศาสตร์ป้อนในโปรแกรม Desmos เพื่อให้เกิดกราฟลายเส้นตัวอักษร a-z ตามรูปแบบที่ออกแบบไว้ จากนั้นบันทึกลายเส้นของอักษรแต่ละตัวเป็นภาพเพื่อนำไปสร้างเป็นแฟ้มแบบอักษร

5) สร้างแฟ้มรูปแบบอักษร โดยนำภาพตัวอักษรแต่ละตัวจากโปรแกรม Desmos มาสร้างตัวอักษรแต่ละตัวผ่านโปรแกรม Font lab 7 และ Adobe Photoshop cc บันทึกและส่งออกแบบอักษร

6) สร้างแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบอักษรที่สร้างโดยสมการทางคณิตศาสตร์ โดยมีประเด็นการประเมินได้แก่ ลักษณะรูปแบบอักษร ความเป็นสากล ความพึงพอใจต่อรูปแบบอักษร ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านประเมินค่าดัชนีความตรงของข้อคำถามกับประเด็นการประเมิน พบว่าค่า ดัชนีความตรง (IOC) เท่ากับ 1 นอกจากนี้ในแบบประเมินความพึงพอใจได้เพิ่มคำถามเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมในการดาวน์โหลดรูปแบบอักษรที่สร้างสำหรับผู้ที่ต้องการดาวน์โหลด และเพิ่มคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

7) เผยแพร่ผลงานผ่านเพจเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากนั้นสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อแบบอักษรที่สร้างด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ ของกลุ่มผู้ดาวน์โหลดแบบอักษรมาใช้ในช่วงวันที่ 20 กันยายน ถึง 13 ตุลาคม 2563 จำนวน 124 คน

8) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา และอภิปรายผล

5. ผลการวิจัย

1.ผลการประเมินแบบร่างรูปแบบอักษร

ผู้จัดทำได้ทำการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจต่อรูปแบบอักษร(font) ที่ออกแบบด้วยมือ ผลสรุป จากผลสำรวจ จาก Google form เราพบว่า รูปแบบอักษรที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ SF-M5 ได้คะแนนคิดเป็นร้อยละ 35 รูปแบบอักษรที่ได้คะแนนอันดับที่ 2 และ 3 คือ SF-M1, SF-M2 ได้คะแนนคิดเป็นร้อยละ 24 เนื่องจาก SF-M5 ได้คะแนนมากที่สุด ทางผู้จัดทำจึงยึดแนวทางการออกแบบรูปแบบอักษร ตามลักษณะ SF-M5

ภาพที่ 1 ลักษณะแบบอักษร SF-M5 ที่ออกแบบด้วยมือ

2. สมการทางคณิตศาสตร์ที่ใช้สร้างอักษร a-z

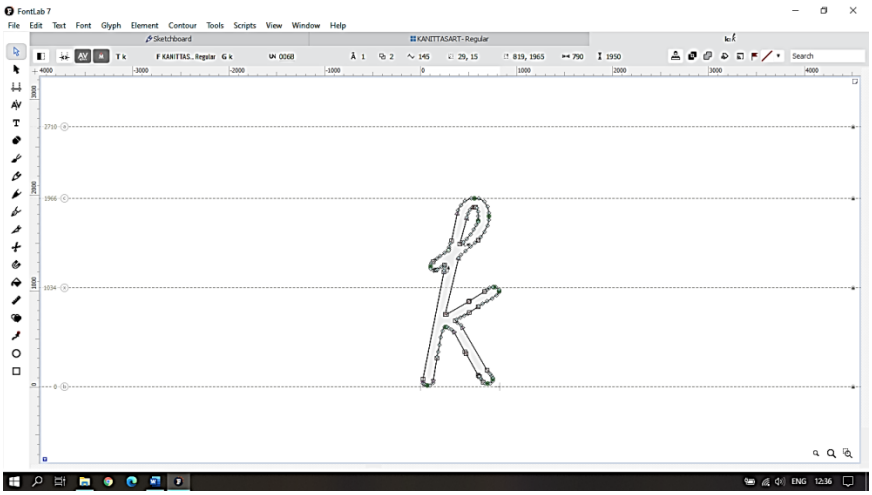
ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลการสร้างรูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษตัว m จากสมการ ด้วยโปรแกรม Desmos

1. $\frac{(x-4.7)^2}{0.7}+\frac{(y-5.8)^2}{5.2}=1\{y\geq 4.511\}\{x\geq 4.075\}$
2. $\frac{(x-4.5)^2}{0.8}+\frac{(y-5.6)^2}{3.8}=1\{x\leq 4.075\}\{y\geq 6.447\}$
3. $\frac{(x-6.56)^2}{0.7}+\frac{(y-6.16)^2}{3.6}=1\{y\geq 5.485\}\{x\geq 5.782\}$
4. $\frac{(x-6.1)^2}{0.4}+\frac{(y-4.1)^2}{10}=1\{x\leq 5.782\}\{y\geq 5.409\}$
5. $y=7.7x-22\{2.3\leq y\leq 6.447\}$
6. $y=9x-44\{2.3\leq y\leq 4.511\}$
7. $y=10x-67.7\{2.586\leq y\leq 5.5\}$
8. $\frac{(x-3.3)^2}{0.2}+\frac{(y-6.3)^2}{2.9}=1\{y\geq 6.612\}\{x\geq 3.229\}$
9. $\frac{(x-7.25)^2}{0.1}+(y-3.3)^2=1\{y\leq 2.7082\}\{x\geq 7.029\}$
10. $y=1.8834x+1.9\{x\leq 3.229\}\{y\geq 6.625\}$

จะเห็นว่าอักษร m สร้างโดยยึดลักษณะเส้นที่มีความโค้งและเอียง ตามลักษณะแบบอักษร SF-M5 ที่ออกแบบด้วยมือ จากนั้นนำมาสร้างลายเส้นให้เป็นไปตามหลักการออกแบบอักษร โดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์สรรค์สร้างลายเส้นที่อ่อนช้อยนี้ขึ้นมา ประกอบด้วย สมการวงรี 6 สมการและสมการเชิงเส้นอีก 4 สมการ รวม 10 สมการสำหรับการสร้างตัวอักษร m (ตัวอักษรอื่น ๆ ดูได้จากฉบับเต็ม)

3. ผลการสร้างแบบอักษรผ่านโปรแกรม Font lab 7

จากการศึกษาและสร้างรูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์เล็ก ด้วยโปรแกรม Font lab 7 ผู้จัดทำสร้างแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์เล็ก 26 ตัว ได้แบบอักษรตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวอย่างผลการสร้างรูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษตัว k จากสมการ ด้วยโปรแกรม Font lab 7

ดังภาพที่ 2 แบบอักษร k ที่ออกแบบผ่าน Desmos เป็นที่เรียบร้อยจะถูกแปลงไฟล์ภาพ JPG เป็น PNG นำเข้าโปรแกรม Fontlab 7 เพื่อนำไปสร้างเป็นแบบอักษร อักษร a-z ก็เช่นกัน หลังจากนั้น กำหนดขนาดให้ได้ตามมาตรฐานแบบอักษรสากลประเภท ttf และส่งออก(export) แฟ้มแบบอักษรที่สามารถนำมาใช้ในงานพิมพ์ในลำดับต่อไป

4. ผลการประเมินรูปแบบอักษร

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่ดาวน์โหลดแบบอักษรต่อรูปแบบอักษร โดยใช้ข้อมูลผู้ดาวน์โหลดในช่วงวันที่ 20 กันยายน – 13 ตุลาคม 2563 จำนวน 124 คน เป็นเพศชายจำนวน 58 คน เพศหญิงจำนวน 66 คน พบว่าแต่ละหัวข้อการประเมินมีค่าเฉลี่ยดังนี้

4.1) ลักษณะรูปแบบอักษร

4.1.1) ความหนาของตัวอักษรเหมะสม มีค่าเฉลี่ย 4.57 มีความเห็นในระดับมากที่สุด

4.1.2) ความสูงของตัวอักษรเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.52 มีความเห็นในระดับมากที่สุด

4.1.3) แบบอักษรมีลักษณะในทิศทางเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.46 มีความเห็นในระดับมาก

4.1.4) อ่านง่าย เมื่อรวมเป็นคำ หรือประโยค มีค่าเฉลี่ย 4.49 มีความเห็นในระดับมาก

4.2) ความเป็นสากล

4.2.1) ตัวเลข เข้าใจไม่คลาดเคลื่อน มีค่าเฉลี่ย 4.52 มีความเห็นในระดับมากที่สุด

4.2.2) อักษรพิมพ์เล็ก เข้าใจไม่คลาดเคลื่อน มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีความเห็นในระดับมาก

4.3) ความสวยงามและความน่าสนใจ

4.3.1) ตัวอักษรมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีความเห็นในระดับมาก

4.3.2) ตัวอักษรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีความเห็นในระดับมาก

4.3.3) ตัวอักษรมีความน่าสนใจ ดึงดูด หน้าอ่าน มีค่าเฉลี่ย 3.89 มีความเห็นในระดับมาก

4.4) ช่วงราคาที่เหมาะสมกับชิ้นงาน ราคา 60 – 89 บาท

4.5) ข้อเสนอแนะ

4.5.1) ควรมีภาษาไทยด้วยเพื่อคลอบคลุมการใช้งาน

4.5.2) ตัวอักษรควรมีลักษณะในทิศทางเดียวกัน

4.5.3) ตัวอักษรควรออกแบบให้นำไปใช้ในงานเอกสารได้ด้วย

6. อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าสมการทางคณิตศาสตร์สามารถนำมาประยุกต์เข้ากับเทคโนโลยีโดยคณะผู้วิจัยนำสมการตรีโกณมิติ สมการพาราโบลา สมการวงรี และสมการค่าสัมบูรณ์ที่ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาออกแบบอักษรภาษาอังกฤษผ่านโปรแกรม desmos ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง Equations of Dragon โดยใช้ Web Application Desmos สร้างลวดลายของมังกรนครสวรรค์ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ การวิจัยเรื่อง Using Desmos to draw in mathematics เป็นการนำสมการทางคณิตศาสตร์ไปสร้างเป็นรูปภาพผ่านโปรแกรม desmos เพื่อสอนนักเรียนเกี่ยวกับลักษะของสมการแบบต่าง ๆ เมื่อคณะผู้วิจัย ออกแบบอักษรภาษาอังกฤษตามหลักการออกแบบพื้นฐาน รูปแบบตัวอักษรแต่ละอักษรมีความประสานกลมกลืนสัมพันธ์และสอดคล้องเป็นชุดเดียวกันตามหลักความเป็นเอกภาพ หลักความสมดุล หลักความกลมกลืนกัน หลักของสัดส่วนของตัวอักษร หลักการสร้างจังหวะและลีลาและหลักการสร้างจุดเด่น ให้ถ่ายทอดคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ รูปลักษณ์ตัวอักษรและงานประดิษฐ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาจากการผนวกคณิตศาสตร์กับเทคโนโลยีให้สามารถสะท้อนความงาม ความเป็นเอกลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ ผลของการสำรวจความพึงพอใจ ด้านตัวอักษรมีความสวยงาม ตัวอักษรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และตัวอักษรมีความน่าสนใจ ดึงดูด หน้าอ่าน ตามทฤษฎีการวัดความพึงพอใจของลิเคิร์ทพบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง Equations of Dragon ผลการประเมินคุณภาพของชิ้นงานจากนักศึกษาจำนวน 145 คน พบว่า คุณภาพของชิ้นงานเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.32 นั่นเป็นผลสะท้อนให้เห็นแล้วว่าคณิตศาสตร์สามารถผนวกกับเทคโนโลยี สร้างสรรค์เป็นชิ้นงานอันเป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นมา มีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ สะท้อนให้เห็นความสำคัญของการประยุกต์ศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันมากขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) การสำรวจความพึงพอใจต่อแบบร่าง (ธีม) ของรูปแบบอักษรขึ้นอยู่กับกลุ่มบุคคล หรือกลุ่มผู้ใช้งานเท่านั้น อาจได้ผลที่ที่ต่างกันในการสำรวจความพึงพอใจ

(2) เนื่องจากมีการออกแบบภาษอังกฤษที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเท่านั้น อาจไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้งานจริง ผู้ที่นำแบบอักษรไปใช้ควรดูความเหมาะสมของแบบอักษรกับงานที่ใช้

(3) แบบมีการออกแบบเพียงภาษอังกฤษเท่านั้น การนำไปใช้กับงานที่มีภาษาไทย อาจทำให้รูปแบบอักษรไม่ไปในลักษณะทางเดียวกัน

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การออกแบบรูปแบบอักษรควรออกแบบบนกระดาษกราฟ เพื่อให้รูปแบบอักษรมีขนาดที่เท่ากัน

(2) ควรศึกษาโปรแกรมที่ใช้งานก่อนว่าสามารถใช้งานได้จริงตรงกับความต้องการหรือไม่

(3) ควรออกแบบรูปแบบอักษรให้ครอบคลุม คือ มีทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย

(4) การออกแบบรูปแบบอักษร ควรออกแบบให้อักษรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ซ้ำใคร เพื่อให้เป็นที่น่าจดจำ

(5) ควรออกแบบให้แบบอักษรมีลักษณะคล้ายกันในแต่ละตัวหรือไปในทางเดียวกัน

(6) ลักษณะของแบบอักษรควรนำไปใช้กับงานได้หลากหลาย เพื่อให้มีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น

(7) ควรเพิ่มฟังก์ชันที่ใช้ในการสร้างรูปแบบอักษรให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

7.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

(1) การออกแบบรูปแบบอักษรควรออกแบบบนกระดาษกราฟ เพื่อให้รูปแบบอักษรมีขนาดที่เท่ากัน

(2) ควรศึกษาโปรแกรมที่ใช้ก่อนว่าสามารถใช้งานได้จริงตรงกับความต้องการหรือไม่

8. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จขึ้นได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์หลายท่านและผู้เชี่ยวชาญ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำชี้แนะในการศึกษาค้นคว้า แนะนำขั้นตอนและวิธีจัดทำจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี คณะผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้กำลังใจในการศึกษาครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ไพรสิงห์ และคณะ. (2560). *ลายรักษ์ปลาเสือตอ.* คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

กลุ่มส่งเสริมการเรียนการสอนและประเมินผล สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2548). *ความสำคัญของวิชาคณิตศาสตร์.* กรุงเทพฯ.

ณัฐ อุดมพาณิชย์. (2560). *หัวใจคณิตศาสตร์ ม.ปลาย (PAT 1-9 วิชาสามัญ-กสพท..* ณัฐ อุดมพาณิชย์ (SYNTAX).

ธนพรรณ อนันต์ตนุรักษ์. (2555). *ออกแบบตัวอักษรประดิษฐ์ Calligraphy เพื่อการออกแบบปก.* Sirivatana Interprint Public Co., Ltd.

ธีระยุทธ พิมเสน และคณะ. (2560). *Equations of Dragon.* คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

บุญฤดี แสงจันทร์. (2563). *ศิลปะทางคณิตศาสตร์*[ออนไลน์].ค้นเมื่อ 25 มิถุายน 2563, จาก: http://www. .neutron.rmutphysics.com/

บริษัทไปปริ้น. (2561). *FONT ฟอนต์ คืออะไร* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561, จาก: http://www.paiprint.com/blog/2018/10/font-ฟอนต์-คืออะไร/

มนัสชนก ชาประเสริฐ และคณะ. (2560). *การสร้างกราฟฟังก์ชันของท่ารำวงมาตรฐานโดยใช้ Desmos.* โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาภรณราชวิทยาลัยพิษณุโลก.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2545). *หนังสืออักษรประดิษฐ์*. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาคาร, สนพ.

วรพงศ์ หงษ์สุวรรณ. (2550). *หนังสืออักษรประดิษฐ์*. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาคาร, สนพ.

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. (2563). *คณิตศาสตร์*[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก: https://th.wikipedia.org

ศิริลักษณ์ รอดชื่น และคณะ. (2560). *Desmos of elephant*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

Alessandra King. (2017). *Using Desmos to draw in mathematics*. Holton-Arms School, USA.

ปัญญาร่วมของชุมชนเกมออนไลน์ในช่วงการระบาดของ COVID-2019

ONLINE GAME COLLABORATIVE INTELLIGENCE DURING COVID-19 PARAMEDIC

มนต์ชัย ศรีเจริญศักดิ์

คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: monchai.sr@spu.ac.th

มนต์ชัย ศรีเจริญศักดิ์

คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: monchai.sr@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บริษัทที่ผลิตวิดีโอเกมและชุมชนเสมือนจริงของผู้เล่นที่ให้เพลิดเพลินกับเกมนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดไม่เพียงไม่แต่ในรูปแบบของการเล่นและยังมีการทำงานร่วมกันผ่านชุมชนออนไลน์ แต่ยังรวมถึงกิจกรรมการพัฒนาร่วมการทดสอบและการเผยแพร่ บทความนี้จะแสดงถึงความสัมพันธ์เหล่านี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นเกม บริษัทที่ผลิตเกม ชุมชนเกมออนไลน์ในอุตสาหกรรมเกมเหล่านี้ ได้เพิ่มขึ้นและเพิ่มความสำคัญผ่านการใช้ผ่านชุมชนเสหมือนจริง ในการสร้างความร่วมมือกันในการทำงานร่วมกัน อย่างไรก็ตามชุมชนสเหมือนจริงได้เพิ่มความท้าทายด้านการจัดการใหม่ๆ จากการใช้งานของผู้เล่นอุตสาหกรรมวิดีโอเกม ชุมชนออนไลน์เหล่านี้มีการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน เพื่อที่ผู้ผลิตเกมหรือผู้เล่นเกมจะได้ร่วมกันใช้งานเพื่อสร้างสร้างสรรค์ต่อไป

คำสำคัญ: ปัญญาร่วม ความฉลาดร่วม ชุมชนเกมออนไลน์ สื่อสังคม

ABSTRACT

Firms produced video games and player communities enjoying the games are closely related, not only in a producer-user way, but also in collaborating, testing and working activities. This paper explores these relationships. The interaction between firms and user communities in this industry has drastically increased before and during Covid-19 paramedic. However, social media has simultaneously raised new managerial challenges. Based virtual reality collaborative intelligence in the video game industry. These communities have different reactions to incentives coming from firms producing games and has been use in various approaches used.

Keywords: Collaborative Intelligence, Collective Intelligence, Online Game, Social Media

1. บทนำ

ในโลกสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ การใช้เกมมีการระดมความคิดเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาบางอย่าง แม้จะไม่มีผู้นำแต่การระดมความคิดนี้ทำให้เกิด Collective Intelligence หรือความฉลาดของกลุ่ม ที่เกิดจากการปัญญาร่วม (Collaborative Intelligence) ร่วมของคนซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่เห็นพ้องกัน (Consensus Decision) ซึ่งการร่วมกันเหล่านี้เป็นที่มาของการทำให้กลุ่มสามารถแก้ปัญหาในระดับสูงหรือมีความซับซ้อนได้เพิ่มขึ้น อันนำไปสู่การสร้างความสามัคคีและช่วยกันสร้างสรรค์ หรือพัฒนาของมนุษย์ต่อไปได้

2. วัตถุประสงค์

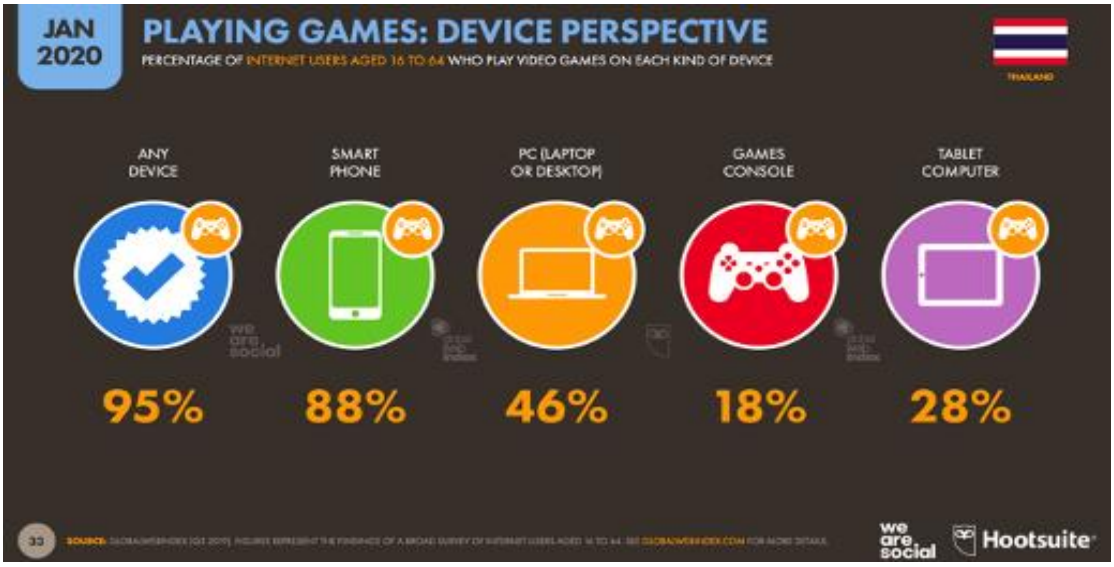
(1) เพื่อศึกษาการรวมตัวกันของชุมชนเกมออนไลน์ในช่วงที่มีการระบาดของ Covid-19

(2) เพื่อเสนอรูปแบบการทำงานร่วมกัน และการเกิดปัญญาร่วมในรูปแบบของเกมที่เล่นหรือใช้งานอยู่

3. การใช้สื่อออนไลน์ และการเล่นเกมออนไลน์ของไทย

จากรายงานล่าสุดของ Dataportal ผู้จัดทำการสำรวจการใช้สังคมออนไลน์ Digital in Thailand เกี่ยวกับประเทศไทยพบว่า 90% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 57 ล้านคนออนไลน์ทุกวัน ในขณะที่ไม่มีเชื่อมต่อเพียงครั้งเดียวในหนึ่งเดือน จากกิจกรรมออนไลน์มากมายสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยการท่องโซเชียลมีเดียและดูวิดีโอยังคงเป็นที่นิยมมากที่สุด Google, Facebook และ YouTube ยังคงติดอันดับรายงานการเข้าชมเว็บรายเดือนของประเทศ คนไทยไซเบอร์ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 11 นาทีในการใช้โซเชียลมีเดียในแต่ละวัน เวลานี้ส่วนใหญ่อาจมีไว้เพื่อจุดประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การเข้าสังคม ผลสำรวจของ Dataportal พบว่าชาวไทย 34% ของประเทศใช้โซเชียลมีเดียเพื่อจุดประสงค์ในการทำงาน

Facebook มียอดการดูเพจจากประเทศไทยประมาณ 400 ล้านครั้งต่อเดือนตามด้วย YouTube (ยอดเข้าชมต่อเดือน 370 ล้านครั้ง) แม้ว่าปัจจุบัน YouTube จะมีการเข้าชมน้อยกว่า Facebook ในประเทศไทย แต่ก็มีการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กในแง่ของเวลาที่ใช้จริง คนไทยใช้เวลา 30 นาทีต่อการเข้าชม YouTube ในขณะที่การเข้าชม Facebook นานเพียงครึ่งเดียว หรือประมาณ 14 นาที แม้ว่า Facebook จะพยายามสนับสนุนให้ผู้ใช้โพสต์วิดีโอ แต่ YouTube ก็ยังถือว่าเป็นเว็บไซต์แบ่งปันวิดีโอที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและคนไทยชอบสตรีมวิดีโอมากกว่าเนื้อหาประเภทอื่น ๆ ในส่วนการใช้อินเตอร์เน็ตบนมือถือ จำนวนการสมัครสมาชิกมือถือในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเพิ่มขึ้น 1.7% จากการเพิ่มบัญชีใหม่มากกว่า 2 ล้านบัญชี ในขณะเดียวกันจำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดียบนมือถือก็เพิ่มขึ้น 6.5% เนื่องจากมีผู้ใช้ใหม่มากกว่า 3 ล้านคน 71% ของประชากรไทยทั้งหมดเป็นผู้ใช้โซเชียลมือถือที่ใช้งานอยู่ สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่คนไทยทั่วประเทศนิยมออนไลน์มากที่สุดอย่างปฏิเสธไม่ได้ โดยการใช้อินเตอร์เน็ตและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ปัจจุบัน 79% ของประชากรในประเทศไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน กิจกรรมออนไลน์ยังแตกต่างกันไปตามประเภทของอุปกรณ์ที่ใช้ในการออนไลน์ในการเล่นเกม โดยที่ผู้เล่นเกมไทยมีส่วนร่วมกับอุปกรณ์ของพวกเขาดังนี้ 95% เล่นผ่านอุปกรณ์อื่น ๆ สมาร์ทโฟน 88% แล็ปท็อปพีซี 46%คอนโซลเกม 18% และเล่นผ่านคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต 28%



ภาพที่ 1 รายงานจาก Dataportal Digital in Thailand 2020 การเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ในประเทศไทย
"Dataportal Digital in Thailand" ที่มา https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand

วงการเกมของไทยเติบโตอย่างรวดเร็วจากการเพิ่มขึ้นของการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากการพัฒนาจากเกมคอนโซลในปี 1990 มาเป็นเกมพกพาในปี 2000 การเล่นเกมจึงเริ่มขึ้นในประเทศไทยด้วยการเพิ่มขึ้นของเกมมือถือในปี 2010 (เช่น Wii, Candy Crush Saga และ Pokemon GO) จากการที่ Twitterแหล่งชุมชนออนไลน์ของเหล่านักเล่นเกม กลายเป็นแหล่งค้นหาเกมเมอร์มากขึ้นเรื่อย ๆประเทศไทยจึงติดอันดับสี่ของโลกสำหรับการสนทนาเกี่ยวกับการเล่นเกมบน Twitter ในปี 2019แน่นอนว่าชุมชนเกมออนไลน์เช่น Twitter สามารถดึงดูดผู้คนที่ชอบและไม่ชอบเกมประเภทต่างๆ แต่พวกเขายังสามารถแนะนำคุณให้รู้จักกับเพื่อนๆในเกมออนไลน์เป็นพื้นที่ที่สนุกสนานและปราศจากกฎเกณฑ์ทางสังคมแทนที่บาร์และคลับ ในกรณีนี้เกมออนไลน์เป็นสถานที่ซึ่งเป็นที่การรวมตัวกันของเหล่านักเล่นเกมหลากหลายเกม และการแข่งขันเกมหรือ E-sportในสถานที่ต่างๆ เป็นหัวข้อบทสนทนาที่ได้รับความนิยมบน Twitter ในประเทศไทย ในขณะที่เข้าร่วมการสนทนาทั่วโลกยังมีการสนทนาในในหัวข้อเกี่ยวกับเกมและการแข่งขันในแต่ละท้องที่ก็เข้มข้นซึ่งการสนทนาต่างๆนั้นขับเคลื่อนโดยผู้คนที่อยู่ในชุมชนเกมออนไลน์ ในส่วนผู้เล่นชาวไทยที่หลงใหลทั้งมือสมัครเล่นและมืออาชีพการทวีตข้อความเกี่ยวกับเกมประสบการณ์การแข่งขันและอื่นๆก็มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเช่นเดียวกัน

ภาพที่ 2 ประเทศที่มีการใช้ Twitter มากที่สุดในการสื่อสารเรื่องเกม

"Thailand ranks fourth in the world for Gaming conversation on Twitter in 2019"

ที่มา @TwitterGaming

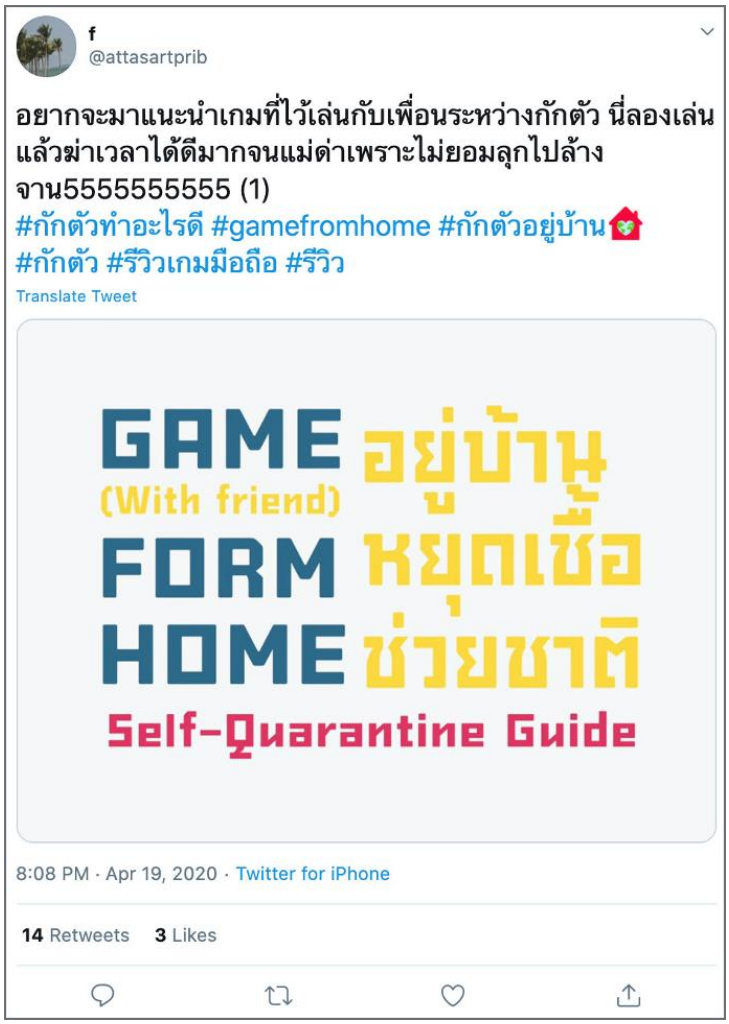
การสนทนาเกี่ยวกับเกมเพิ่มขึ้น 97% บน Twitter ในประเทศไทย จากการศึกษาของ Twitter: วิดีโอเกมยอดนิยม 3 อันดับแรกสำหรับคนไทย - Causal (ปริศนา), เกมโซเชียล (ผู้เล่นหลายคนออนไลน์), Role Playing คนไทยสนุกกับเกมและเกมประเภทต่างๆโดยมี Animal Crossing, Fortnite และเกมประเภทสวมบทบาทต่างๆเป็นเกมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด วิวัฒนาการของเกมเป็นไปอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาและคาดว่าจะดำเนินต่อไปเมื่อเกมเข้าถึงผู้ชมและผู้เล่นหน้าใหม่ ความนิยมเติบโตขึ้นอย่างมากของการสนทนาเกี่ยวกับเกมบน Twitter ในประเทศไทย โดยเฉพาะช่วงกักตัวในการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้มีส่วนผลักดันการเติบโตนี้ให้มากขึ้น การเล่นเกมในประเทศไทยจึงเป็นกิจกรรมทางสังคมและเน้นในการสนทนาที่มีส่วนร่วมและเชื่อมโยงและขยายความสนใจในการเล่นเกมในหมู่คนไทย

ภาพที่ 3 การสื่อสารเรื่องเกมใน Twitter เพิ่มขึ้นกว่า 97%

"Thailand ranks fourth in the world for Gaming conversation on Twitter in 2019"

ที่มา @TwitterGaming

การเล่นเกมสำหรับคนไทยจำนวนมากกลายเป็นกิจกรรมทางสังคมวิธีหนึ่งในการติดต่อกับเพื่อนและครอบครัวและสิ่งนี้ก็มากขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงระยะเวลาที่ยาวนานของการอยู่บ้าน กิจกรรม Esportsก็มีส่วนในการผลักดันกระแสการพบปะสังสรรค์ผ่านการเล่นเกมด้วยผู้ที่อยู่ในชุมชนเกมออนไลน์ได้จัดสร้างกลุ่มขึ้นเองเพื่อที่จัดการแข่งขันขึ้นในช่วงที่กักตัวอยู่บ้าน“ esports from home” ทั้งนี้เพื่อให้ผู้คนเชื่อมต่อกันและ #StayAtHome นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นเกมชาวไทยทวีตหาเพื่อนนักเล่นเกม และผู้ชมการเล่นเกมที่จะเข้าร่วมและเล่นร่วมชมด้วยกันในช่วงเวลานี้



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการสื่อสารเรื่องเกมใน Twitter ช่วงกักตัว Covid-19

“Thailand ranks fourth in the world for Gaming conversation on Twitter in 2019”

ที่มา @TwitterGaming

การศึกษาการเล่นเกมทั่วโลก: ผลกระทบของ COVID-19 จัดทำโดย Simon-Kucher & Partners การเพิ่มจำนวนของ Gen Z (58%) และ Millennials (56%) ของช่วงที่มีการกักบริเวณ ในช่วงการแพร่ระบาดที่ผ่านมาและการโพสต์ในช่วงการแพร่ระบาด ถือว่าเป็นปกติในชีวิตประจำวันของพวกเขา การเล่นเกมเป็นเรื่องปกติมันกลายเป็นการระบาย และการสื่อสารในช่วงกักตัว และความคุ้นเคยและเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวันของคน

จำนวนมาก และปัญหาว่าจะมีความเครียดเพิ่มขึ้นในหมู่คนที่อยู่บ้านการเล่นเกมจึงกลายเป็นวิธีผ่อนคลายความเครียด และใช้เกมในการสื่อสาร และการทำงานไปพร้อม ๆ กัน

ภาพที่ 5 ตัวอย่างการสื่อสารเรื่องเกมใน Twitter ช่วงกักตัว Covid-19

"Thailand ranks fourth in the world for Gaming conversation on Twitter in 2019"

ที่มา @TwitterGaming

4. ความฉลาดร่วม (Collective Intelligence) กับการเล่นเกม

ประเทศไทย มีเกมมากกว่า 1,843 เกมจากผู้เผยแพร่ในไทยบน Google Play จาก 434,698 เกม เป็นเกมเกมมือถือที่มีผู้เผยแพร่ในไทยดาวน์โหลดมากที่สุด ได้แก่ Royal Casino, Soccer Super Star, Slots (Maruay99 Casino) - สล็อตคาสิโน Happy Fish, เกมโป๊กเกอร์ 3A, หมากรุก, Happy Slots, Princess Connect! Re: Dive, Makhos Online, Stickman Superhero - Super Stick Heroes Fight น้อยกว่า 1% ของเกมมือถือทั้งหมดบน Google Play มาจากผู้เผยแพร่ในประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่ามีผู้ผลิตและเผยแพร่เกมมือถือส่วนใหญ่เป็นต่างชาติ Simon-Kucher & Partners บริษัท ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์และการตลาดระดับโลกเปิดเผยว่าผู้เล่นเกมเล่นวิดีโอเกมมากขึ้นโดยเพิ่มขึ้น 30 เปอร์เซ็นต์ของผู้เล่นเกมที่เล่นมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ การใช้จ่ายเงินกับวิดีโอเกมมากขึ้น การใช้จ่ายรายเดือนเพิ่มขึ้น 39 เปอร์เซ็นต์ การเล่นเกมประเภทใหม่รวมถึงเกมที่เน้นผู้เล่นหลายคน กว่า60 เปอร์เซ็นต์ของผู้เล่นที่เล่นเกมใหม่ และสตรีมเนื้อหาวิดีโอเกมมากขึ้น ผู้เล่นเกมที่ดูสตรีมวิดีโอเกมเติบโตขึ้น 42

เปอร์เซ็นต์ การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของบุคคลมากกว่า 13,000 คนใน 17 ประเทศในช่วงเดือนพฤษภาคมและมิถุนายนยังระบุด้วยว่าการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะยังคงมีอยู่แม้ว่าจะยกเลิกการปิดกั้นทั้งหมดแล้วก็ตาม ทั่วโลก COVID-19 ทำให้ค่าใช้จ่ายรายเดือนเพิ่มขึ้น 39 เปอร์เซ็นต์สำหรับวิดีโอเกมและการเพิ่มขึ้นนี้คาดว่าจะยังคงเพิ่มสูงขึ้นที่ 21 เปอร์เซ็นต์แม้ว่าจะมีการยกเลิกข้อจำกัดทั้งหมดแล้วก็ตาม อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายรายเดือนที่สูงขึ้นอย่างมากขนาดของตลาดเกมทั่วโลกคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 12-15 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบเป็นรายปีซึ่งสูงกว่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ไว้มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์

จากรายงานของ Simon-Kucher & Partners ยังระบุอีกว่านักเล่นเกมยังให้ความสนใจในการรับชมการเล่นวิดีโอเกม (Steaming Game) มากขึ้นด้วยโดยมากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของผู้เล่นเกมระบุว่าพวกเขาดูการเล่นระหว่างการกักตัวอยู่บ้านเมื่อเทียบกับเพียง 57 เปอร์เซ็นต์ก่อนหน้านี้ แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นนี้ดูเหมือนจะดึงดูดกลุ่มอายุที่แตกต่างกันด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันโดยสตรีมเมอร์ (Steamers) ที่อายุน้อยกว่า 25 ปี เน้นการสตรีมเพื่อความบันเทิงเป็นหลักและสตรีมเมอร์ที่มีอายุมากกว่า 25 ปี จะเน้นไปที่การปรับปรุงทักษะมากกว่า ในการปรับปรุงทักษะนั้นรวมถึงทักษะการสื่อสาร การทำงานร่วมกันโดยผ่านชุมชนเสมือนจริง เมื่อการสตรีมวิดีโอเกมถูกรวมเข้ากับชีวิตประจำวันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะดูว่าการสตรีมแบบโต้ตอบโดยตรง เช่นการชำระเงินจากผู้ชมที่ส่งผลโดยตรงต่อการเล่นเกมของสตรีมเมอร์ จะรวมอยู่ในเกมเพื่อให้ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมและทำอะไรได้มากกว่าแค่เชียร์ในรายการโปรด นอกจากนี้ยังมีสิ่งน่าสนใจที่จะดูว่าผู้เผยแพร่เกมใช้ประโยชน์จากความสนใจตามกลุ่มประชากรที่แตกต่างกันในการสตรีมมิ่งเพื่อกำหนดเป้าหมายการใช้จ่ายโฆษณาของตนได้ดีขึ้นหรือไม่ ไม่ว่าจะทางใดทางหนึ่งทางใดสตรีมเกมจะยังคงอยู่และจะยังคงมีผลกระทบที่สำคัญและยั่งยืนต่ออุตสาหกรรมเกมและวิธีการสร้างรายได้

จากหนังสือ Serious Games ในปี 1970 ของ Clark C Abt เสนอคำจำกัดความของคำว่า *เกมที่จริงจัง* เป็นลักษณะของเกมชนิดหนึ่งอธิบายโดยสรุปคือ เกมที่ลดลงจนเหลือเพียงสาระสำคัญที่เป็นทางการของเกมที่เป็นกิจกรรมของผู้เล่นสามารถตัดสินใจได้อิสระสองคนหรือมากกว่าที่ต้องการบรรลุวัตถุประสงค์ในบริบทที่ เฉพาะ โดยคำจำกัดความที่เป็นแบบแผนมากขึ้นนั้นจะอธิบายว่าเกมเป็นบริบทที่มีกฎเกณฑ์ในหมู่ฝ่ายตรงข้ามที่พยายามเอาชนะตามเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับเกมอย่างจริงจัง ในแง่ที่เกมมีจุดประสงค์ทางการศึกษา หรือการพัฒนาที่ชัดเจน จุดที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติมอยู่ที่วิธีควบคุมเกมและหลักการแสดงออกของการใช้ความสามารถ ความรู้ ทักษะในการทำงานร่วมกัน และสามารถใช้เพื่อปรับปรุงระบบสนับสนุนสำหรับการระดมความรู้ต่างเพื่อทำงานร่วมกัน- เกมที่ไม่ใช่มีแค่ฝ่ายตรงข้ามและไม่ใช่การรวบรวมการแข่งขันแต่หากเป็นหลักการของการใช้ทักษะต่างๆในการทำงานร่วมกันในระดับองค์กร เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายนวัตกรรมที่สามารถเติบโตปรับตัวและพัฒนาได้เมื่อเครือข่ายนวัตกรรมแสดงถึงการรวบรวมคุณลักษณะใหม่ที่เกิดขึ้นมาใหม่ให้เห็นในวิถีของสังคมทั่วไปที่ซับซ้อน เช่นการจัดกลุ่มก้อนของตนเองและการปรับตัวตามวิวัฒนากา

วิดีโอเกมจึงเป็นรูปแบบความบันเทิงที่ไม่เหมือนใครในแง่ของความสามารถในการมีส่วนร่วมของผู้ชมในฐานะผู้เข้าร่วมมากกว่าผู้สังเกตการณ์ วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของวิดีโอเกมเป็นแหล่งข้อมูลที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ในเรื่องต่างๆให้เกิดขึ้นพร้อมกับแนวคิดเรื่องการรวบรวมความสามารถด้านต่างๆ “ความฉลาดร่วม” Collective Intelligence (Levy, 1997) ความฉลาดร่วมโดยรวมครอบคลุมการสังเกตว่ากลุ่มที่มีเครือข่ายการทำงานร่วมกันเชื่อมโยงกันเพียงพอนั้นมีความสามารถในการสร้างความสามารถต่างๆ รวบรวมปัญญา ความฉลาดและสร้างสรรค์มากกว่าปัจเจกบุคคล ประสิทธิผลของปัญญาสะสม โดยรวมจึงแปรผันตามจำนวนบุคคลที่เข้าร่วม (Levy, 1997) ด้วยการถือกำเนิดของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือสร้างการเชื่อมโยง สร้างเครือข่ายต่างๆ

ความสามารถของปัญญาสะสมนี้ได้รวบรวมไว้ในการพัฒนาทักษะการเล่นวิดีโอเกมที่ได้กลายเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในกลุ่มสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความฉลาดนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับปรุงเกมที่มีอยู่ด้วยการปรับเปลี่ยนของบุคคลที่เป็นผู้เล่นให้เป็นผู้พัฒนาตามปรากฏการณ์ของปัญญาสะสม โดยรวมพลังการสร้างสรรค์ของผู้คนในชุมชนออนไลน์ ทั้งของบริษัทพัฒนาเกมทั่วไปที่ผู้เล่นเข้าไปร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเกม และการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ชมและนักพัฒนาในเกมและการออกแบบเกม ซึ่งอาจเกิดขึ้นแต่ยังไม่ได้รับการสำรวจอย่างเต็มที่ แม้จะมีการยืนยันของนักพัฒนาบางคนที่ไม่สนับสนุนเนื่องด้วยจากปัญหาด้านการคุ้มครองลิขสิทธิ์และการควบคุมคุณภาพ แต่ชุมชนผู้เล่นก็ได้เป็นผู้ปรับปรุงดัดแปลงในส่วนต่างๆ ของเกมเพื่อได้แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมบ่อยครั้งในเชิงบวกต่อเกมของพวกเขาอยู่หลายเกมที่ออกสู่ตลาด มีการรวบรวมเอาข้อคิดเห็นจากเกมต่าง ๆ มาปรับปรุงรวมทั้งผู้ชมเกมที่ได้พิสูจน์ตัวเองแล้วว่าเป็นแหล่งการระดมความคิด เพื่อการพัฒนาเกมสำหรับการเผยแพร่สำหรับวิดีโอเกมในครั้งต่อไป

การเกิดขึ้นของรูปแบบธุรกิจใหม่ที่มีการเชื่อมโยง โดยอาศัยระบบความฉลาดร่วม ผ่านการร่วมมือกันในกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อสร้างบริบทให้กับปรากฏการณ์นี้ทำให้เห็นถึงภาพที่สำคัญซึ่งเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจขบวนการปัญญาสะสมร่วมและผลกระทบในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและวิธีการที่องค์กรกำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินการและผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ อันดับแรกเราอยู่ในยุค Web 3.0 ซึ่งเป็นเว็บที่มีการพัฒนาการต่อจากเว็บ 2.0 ตลอดจนการสร้างปัญญาประดิษฐ์ให้กับสิ่งไม่มีชีวิตใช้เป็นเครื่องมือช่วยคาดเดาพฤติกรรม วิเคราะห์ความต้องการของมนุษย์ เมื่อได้ข้อมูลนั้นมา ระบบจะประมวลผลอย่างมีเหตุผลพร้อมทั้งแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า สร้างสิ่งที่ต้องการให้ผู้ใช้เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงเนื้อหาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กันกับแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เป็นเครือข่ายเดียวทั่วโลก ปรากฏการณ์การเชื่อมโยงผ่านชุมชนออนไลน์นี้จะยังทำให้เกิดขบวนการทางธุรกิจอันเป็นผลมาจากความเป็นไปได้ใหม่ที่สามารถสร้างความเชื่อโยงระหว่างผู้ที่พัฒนา และผู้ที่มีทุนและต้องการลงทุนในการพัฒนาเกม แนวโน้มใหม่ของการระดมทุนผ่านกระบวนการทางธุรกิจที่สนับสนุนการระดมทุนผ่านเครือข่ายออนไลน์ (Cloud funding) โดยที่มีการระดมทุนผ่านเครือข่ายทั้งที่รู้จักและไม่รู้จักว่าศักยภาพในการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆนั้นเป็นจริงได้ และสามารถใช้เงินที่ได้จากการระดมทุนดังกล่าวนำมาพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่ผู้ร่วมลงทุนมองเห็นศักยภาพของการเติบโตของธุรกิจ หรือกิจกรรมที่เกิดจากการระดมทุน ที่อาจได้ข้อสรุปบางประการเกี่ยวกับความท้าทายในการศึกษาต่อไปในอนาคต

ชุมชนเสมือนจริงยังเป็นสถานที่ที่มีการพูดคุยเรื่องที่ชื่นชอบได้โดยตรงโดยผ่านการทำความคุ้นเคยกับคนที่แบ่งปันความสนใจ หรือผู้ที่สนใจในเรื่องราวในเรื่องเดียวกัน โอกาสในการหาเพื่อน หรือกลุ่มคนที่สนใจในเรื่องราวเดียวกัน จะขยายใหญ่ขึ้นตามลำดับมากกว่าขบวนการทางสังคมแบบดังเดิม ในการค้นหากลุ่มเพื่อนตามที่ Rheingold (1993) กล่าวว่า ชุมชนเสมือนจริงคือเครือข่ายทางสังคมของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เฉพาะเจาะจงซึ่งอาจข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์และการเมืองเพื่อแสวงหาผลประโยชน์หรือเป้าหมายร่วมกัน โดยทั่วไปชุมชนจะแยกย้ายกันไปตามภูมิศาสตร์ดังนั้นจึงไม่ใช่ชุมชนที่มองจากมุมมองภายในชุมชนนั้น หรือองค์กรนั้น ในเบื้องต้นการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของชุมชนเสมือนจริงเหล่านี้จึงค่อนข้างแยกออกจากการศึกษาของชุมชนแบปกติ การแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตตั้งแต่กลางทศวรรษที่ 1990 ได้เร่งการแพร่กระจายของชุมชนเสมือนจริงในรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์และลักษณะของชุมชนออนไลน์จากการศึกษาชุมชนออนไลน์เป็นแหล่งในการกระตุ้นให้ผู้คนจากหลากหลายแหล่งไม่กำหนดภูมิศาสตร์ได้มาพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านกิจกรรมออนไลน์ เป็นเวลาหลายปีแล้วที่นักพัฒนาได้สร้างเกมที่วนเวียนอยู่กับปัญหาในโลกแห่งความเป็นจริงเช่นการจัดสรรทรัพยากร การหลบหลีกทางจากโลกแห่งความเป็นจริง หนึ่งใน

เกมที่มีชื่อเสียงที่สุดเรียกว่า Sim City ในนั้นผู้เล่นจะได้รับการสอนให้ต่อสู้กับปัญหาการแบ่งเขตเมือง และการจัดสรรทรัพยากร จะเป็นอย่างไรหากเกมที่สนับสนุนให้ผู้คนแก้ไขปัญหาในโลกแห่งความเป็นจริงเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ใหญ่กว่าได้รับการพัฒนาควบคู่ไปกับผู้สนับสนุนองค์กรไม่ใช่เกมธุรกิจแต่เป็นเกมที่ให้ความบันเทิงในเชิงพาณิชย์ที่ผู้เล่นอาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าสามารถนำมาแก้ปัญหาในโลกแห่งความเป็นจริงได้

ตัวอย่างเช่นเกม SimCity ที่ผู้เล่น เกมสามารถตั้งค่าในสถานที่จริง ในโลกแห่งความจริงและสามารถนำเข้าข้อมูลภูมิภาคในโลกแห่งความจริง และสามารถใช้ข้อมูลเช่นตัวเลขทางประชากรระดับการใช้จ่ายในปัจจุบัน ฯลฯ ด้วยวิธีนี้เมื่อผู้เล่นเริ่มเกมจะอยู่ในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์ในเมืองที่กำลังเผชิญอยู่ เมื่อผู้เล่นออกจากขั้นตอนการฝึกสอนเกมจะสามารถเริ่มบันทึกการตัดสินใจของพวกเขาและส่งไปยังฐานข้อมูลส่วนกลางซึ่งจะรวมเข้าเป็นรูปแบบของการกระทำร่วมในสิ่งที่ต้องดำเนินการตัวอย่างง่ายที่เห็นได้และเชื่อมโยงกับธุรกิจ เช่นมีภาระกิจในการแต่งกายตามเสื้อผ้าแฟชั่น มีการทำงานร่วมกันของผู้เล่น การรวบรวมแนวคิดการออกแบบ ที่รวบรวมไว้ ยกตัวอย่างเช่นจำนวนผู้เล่นเกม 100,000 คนในเมือง ในเมืองหนึ่ง จะมีการรวบรวมคนที่มีความรู้ที่หลากหลายจนมากไปถึงคนที่มีความรู้น้อยและเมื่อคนจำนวน 100,000 คนที่ต้องสวมบทบาทมีอาชีพในการจัดการเครื่องแต่งกายแต่งหน้าทำผม ก็สามารถรวบรวมความคิด สร้างสรรค์ ในรูปแบบของการดีไซส์เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องสำอางได้ในรูปแบบต่างกันมากมายตามบุคลิกลักษณะ ชาติพันธ์ของคนหลายคนในเกม

ภาพที่ 6 ตัวอย่างการระดมความคิดในการใช้เครื่องสำองค์ผ่านเกม
"M.A.C. COSMETICS DESIGNED EXCLUSIVE LOOKS FOR YOUR SIMS 4 CHARACTERS"
ที่มา https://www.nylon.com/beauty/mac-cosmetics-designed-makeup-looks-for-sims-4-characters

อาจเป็นเรื่องที่น่าเหลือเชื่อ ซึ่งไม่มีใครคิดว่าจะเป็นไปได้ และไม่คิดว่าจะเป็นเรื่องที่จริงจังที่ทำภารกิจในเกมจะเป็นจริง อีกหนึ่งกรณีศึกษาที่รัฐบาลฝรั่งเศสได้พัฒนาเกม ที่เรียกว่า Cyber Budget ได้รับที่ช่วยให้ชาวฝรั่งเศสสวมบทเป็น รัฐมนตรีว่าการกระทรวง และสามารรถจัดการการเงินพวกเขาที่มาจากภาษีสามารถทำให้การตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายรายได้และการตัดภาษีผู้เล่นต้องเผชิญกับความท้าทายในระดับชาติและระดับ

นานาชาติในการจัดสรรงบประมาณในสถานะการณ์จำลอง ในเกมดังกล่าวรวมถึงการเจรจากับรัฐมนตรีคนอื่นในการจัดการกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดในเกม

ภาพที่ 7 ตัวอย่างเกม การจัดสรรงบประมาณแผ่นดินของประเทศฝรั่งเศส
"Cyber Budget" ที่มา https://www.citeco.fr/en/cyber-budget

เกมบางเกมมีทั้งผู้เล่นคนเดียวและผู้เล่นหลายคนจำนวนมากมีระบบกลไกที่ซับซ้อนเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการออกแบบอยู่แล้วการนำข้อมูลทางการเงินแบบเรียลไทม์ เช่นราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ในเกมเหล่านั้นจะเป็นเรื่องง่าย บริษัทสามารถติดตามว่าผู้เล่นมีปฏิกิริยาอย่างไรกับข้อมูลจากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลเพื่อทำนายเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในโลกแห่งความเป็นจริงตามนั้น และในขณะที่เกมที่มีผู้เล่นหลายคนจำนวนมากพร้อมด้วยเศรษฐกิจที่มีพลวัตและร่ำรวยได้รับความนิยมมากขึ้นโอกาสในการเรียนรู้จากพฤติกรรมของผู้เล่นก็จะได้รับการปรับปรุง

ความนิยมของโลกเสมือนเช่น SimCity และ Second Life เกมเล่นตามบทบาทออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคนจำนวนมาก เช่น World of Warcraft สามารถรองรับผู้เล่นหลายล้านคนพร้อมกันได้ในขณะที่ผู้เล่นเข้าร่วมเป็นทีมกับผู้อื่นเพื่อทำภารกิจฆ่ามังกรและค้นหาไอเท็มที่หายากที่ซ่อนอยู่ในเกมถูกใช้โดยบริษัทในการจัดวางผลิตภัณฑ์และเชื่อมโยงกับสินค้าเป็นทั้งเครื่องมือในการสอนและสร้างแรงบันดาลใจทำให้การทำธุรกิจเป็นเรื่องสนุก อีกหนึ่งกรณีศึกษาทหารที่สหรัฐอเมริกาได้นำวิดีโอเกมมาใช้สำหรับการรับสมัครและการจำลองการสู้รบสำหรับผู้ที่ชื่นชอบเกมเหล่านี้สร้างความน่าสนใจที่ว่าทำไมเกมจึงมีความสำคัญเพราะเกมเป็นตัวแทนของสิ่งที่ผลักดันให้ผู้คนคิดร่วมมือและสร้างสรรค์

ธุรกิจและบริษัทได้เริ่มใช้เกมเพื่อปฏิวัติวิธีการโต้ตอบกับลูกค้าและพนักงานทำให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้นและทำกำไรได้มากขึ้น Microsoft ได้ใช้กลไกลของเกมเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงานโดยสมัครใจในงานสำคัญ ๆ รวมทั้งจากรายงานในหนังสือพิมพ์ Washington Post โรงเรียนแพทย์ใช้เครื่องจำลองแบบเกมเพื่อฝึกอบรมศัลยแพทย์ลดอัตราความผิดพลาดในทางปฏิบัติลงได้ถึงหกเท่า ตลอดจนเกมที่สร้างเพื่อการสรรหาพัฒนาโดยกองทัพสหรัฐในการรับสมัครทหารใหม่และได้รับความสนใจมากกว่าการสื่อสารรูปแบบอื่นของการประชาสัมพันธ์ของกองทัพในการรับสมัครทหารใหม่

ภาพที่ 8 ตัวอย่างการใช้เกมรับสมัครทหารของกองทัพสหรัฐ

"Columbus Army Recruiting Battalion" ที่มา https://twitter.com/army_columbus

การประยุกต์การใช้เกมที่เป็นมากกว่าความบันเทิง เผยให้เห็นว่าองค์กรระดับแนวหน้าใช้วิดีโอเกมเพื่อเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ อย่างคุ้มค่ามากขึ้นได้อย่างไร เพื่อสร้างแบรนด์ เพื่อรับสมัคร พัฒนาและรักษาพนักงานที่ยอดเยี่ยมตลอดจนเพื่อผลักดันการทดลอง นวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มผลผลิตในระยะสั้น เพื่อให้การทำธุรกิจเป็นเรื่องสนุก บริษัทที่เคยอาศัยแอพลิเคชันการประชุมทางวิดีโอเช่น Zoom ในการประชุมเสมือนจริง บริษัทญี่ปุ่นเมื่อช่วง Covid-19 นี้พยายามหาวิธีอื่นเพื่อติดต่อกับพนักงานของพวกเขาประชุมโดยใช้ เกม Animal Crossing ในการประชุมการทำงาน ได้เปิดโลกทัศน์ใหม่ การใช้เริ่มต้นขึ้นเมื่อพนักงานคนหนึ่งเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการทำงานทางไกลในโลกเสมือนจริงของเกม Animal Crossing ให้กับเพื่อนร่วมงานอีกสองคน พนักงานสามคนตัดสินใจมาร่วมกันทดสอบสถานที่ประชุมเสมือนจริงที่มีฉาก และตัวละครในเกมนี้ คนหนึ่งอาสาที่จะใช้เกาะในเกมเป็นสถานที่นัดพบในขณะที่อีกสองคนบินไปเพื่อให้พวกเขาทั้งหมด อยู่ด้วยกันได้ทำงานด้วยกันได้และใช้ในฟีเจอร์แชทของเกมพวกเขาสามารถพูดคุยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานได้

ภาพที่ 9 ตัวอย่างการใช้เกม Animal Crossing ในการประชุม

"Animal Crossing used by Japanese company in work from home effort"

ที่มา https://www.nintendoenthusiast.com/animal-crossing-work-from-home/

ภาพที่ 10 ตัวอย่างการใช้เกม Animal Crossing ในการประชุม

"Animal Crossing used by Japanese company in work from home effort"

ที่มา https://www.nintendoenthusiast.com/animal-crossing-work-from-home/

เกมเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ร่วมกันซึ่งแสดงให้เห็นถึงพลังความคิดสร้างสรรค์ใหม่ในการทำงานผ่านการโต้ตอบและการเป็นเจ้าของเกมที่ประสบความสำเร็จทั้งหมดมีชุมชมออนไลน์ในการประชุม การประชุมบล็อกเกอร์ช่อง YouTube ทุกปีการพบปะสังสรรค์ครั้งใหญ่ เช่น Quakecon และ MineCon ดึงดูดผู้ที่ชื่นชอบและนักพัฒนาหลายพันคน แตกต่างจากภาพยนตร์หรือดนตรีแทบจะไม่มีการแบ่งแยกระหว่าง 'ดารา' กับมวลชน และเป็นนักพัฒนากับผู้เล่น นักพัฒนากลายเป็นแฟนตัวยงของชุมชนของพวกเขา และประสบความสำเร็จจากการเพิ่มขึ้นของเกมที่พัฒนาขึ้น โดยได้สร้างความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมและผู้คลั่งไคล้ ตอนนี้ทุกคนสามารถดาวน์โหลด Game Maker และเขียนสิ่งที่น่าทึ่งที่ชุมชนสามารถสร้างขึ้นได้

5. สรุป

การร่วมมือกันและการทำงานร่วมกันทั้งก่อน และช่วงการระบาด covid-19 นั้นทำให้เห็นถึงการทำงานและการใช้ความฉลาดร่วมกันในรูปแบบการออนไลน์มากขึ้น ตัวอย่างบางอย่างเกี่ยวกับกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิด Collaborative Intelligence หรือความฉลาดในการร่วมมือการทำงานในรูปแบบเกมออนไลน์ หากพิจารณาให้ดีก็จะเห็นได้ว่าสามารถนำลักษณะดังกล่าวนี้มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน หรือการเรียนการสอนโดยสามารถพัฒนากระบวนการทำงานในรูปแบบใหม่ได้โดยอาศัยความร่วมมือผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยในโลกออนไลน์นั้นมีการนำ Collaborative Intelligence มาปรับใช้จนเกิดประโยชน์ได้อย่างมากมาย จากการระดมความคิดเห็น ความสามารถที่หลากหลาย จากบุคคลที่มีความหลากหลาย ทั้งต่างเวลา ต่างสถานที่ ให้สามารถมีส่วนร่วมมือกันในการทำงานได้

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาสั้นและมีตัวอย่างที่เกิดขึ้นอีกมากแต่ยังไม่ได้จัดเก็บนำมาเป็นกรณีศึกษาอีกมากมายในการใช้เกม หรือชุมชนชุมชนเสมือนจริงในการทำงานในรูปแบบ (Collaborative Intelligence) เพื่อให้เกิดการใช้เกมในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการทดลองการใช้เกมในการทำงานอย่างจริงจัง เช่นการวางแผนงาน บทบาทสมมุติในเกม เช่นเกม Cyber budget หากสามารถประยุกต์การใช้งานก็สามารถนำมาเป็นแบบจำลองสมมุติการทำงานจริงในการทำโครงการ หรือการทำงานจริงได้เพื่อลดความผิดพลาดในการทำงาน และสามารถสร้างความเข้าใจกับทีมงานที่มีบทบาทสมมุติต่างกันได้

7. เอกสารอ้างอิง

"Animal Crossing used by Japanese company in work from home effort" สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2563 https://www.nintendoenthusiast.com/animal-crossing-work-from-home/

"Columbus Army Recruiting Battalion" สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2563 https://twitter.com/army_columbus

"Cyber Budget" สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2563 https://jeuxnumeriques.ac-montpellier.fr/cyber-budget

"Dataportal Digital in Thailand" สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2563 https://datareportal.com/digital-in-thailand

"From surgery simulators to medical mishaps in space, video-game tech is helping doctors at work" สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2563, https://www.washingtonpost.com/video-games/2020/01/09/surgery-simulators-medical-mishaps-space-video-games-are-helping-doctors-do-their-jobs/

"GAME ONLINE" อีกหนึ่งธุรกิจรับอานิสงส์ โควิด-19 สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม2563 https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/GameOnline-FB240420.aspx

"Global Gaming Study: More Gamers Spending More Money in COVID lockdowns" สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม, 2563 https://www.simon-kucher.com/nl/node/5775

"Thailand Mobile Gaming Statistics in 2020" สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2563, https://42matters.com/thailand-mobile-gaming-statistics

"Thailand ranks fourth in the world for Gaming conversation on Twitter in 2019" สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2563, https://techsauce.co/en/pr-news/thailand-ranking-fourth-gaming-conversation-on-twitter

Abt, C. (1970). *"Serious Games."* New York: The Viking Press.

Burger-Helmchen, Thierry & Cohendet, Patrick. (2011). "User Communities and Social Software in the Video Game Industry". *Long Range Planning.* 44. 317-343. 10.1016/j.lrp.2011.09.003.

Levy, P. (1997). *"Collective Intelligence".* New York: Basic Books

Mollick, E, Edery, David J. (2008) *"Changing the Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business"* New Jersey FT Press

Newzoo 2020 revised forecast of the gaming market | "The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend $159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass $200 Billion by 2023" https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/

Surowiecki, James. (2004). *"The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies",* Societies and Nations. Boston: Little, Brown

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30

THE STUDY OF BANGKOK AUDIENCES SATISFACTION FOR MCOT HD 30 JOHLUEKTUA THAI INSIDE THAILAND

ศุภรัตน์ สาครรัตน์
วิรุฬห์รัตน์ ผลทวีโชติ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติการณ์เปิดรับ รูปแบบการนำเสนอของรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และรูปแบบรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ช่อง 30 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรเพศชายและหญิงในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง ทั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยการวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณา (Descriptive statistics) ใช้เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง หาความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) วิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมที่มีต่อรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 โดยใช้ในการวิเคราะห์การทดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis : MRA)

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงอายุ 46 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เปิดรับชมทุกวัน โดยรับชมทางแท็บเล็ต ช่วงเวลาในการรับชม เวลา 18.01–22.00 น. ยูทูปเป็นช่องทางในการรับชมย้อนหลังมากที่สุด ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรับชมเพราะเป็นรายการที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ รายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30

ABSTRACT

Study of exposure behavior And audience satisfaction in Bangkok program "Jor Luek Tua Thai" Inside Thailand MCOT HD TV Channel 30 this time with the objective To study the demographic characteristics of the audience in Bangkok. program " Jor luek Tua Thai" Inside Thailand Of MCOT HD Channel 30. This Thesis is quantitative research. uses 400 questionnaires. The samples were male and female. In Bangkok, 50 data collection districts where sample groups fill out questionnaires by themselves In this regard, the analysis was performed. To find answers with a program By analysis Descriptive statistics are used to summarize the general characteristics of the sample, find frequency, distribution, percentage, Mean and standard deviation. Inferential statistics analyzes audience exposure to "Jor luek Tua Thai" Inside Thailand. MCOT HD TV Channel 30 Using Multiple Regression Analysis (MRA)

Research results, general information of respondents Most of them were male than female. Age 46 years old. Marital status. Bachelor's degree. Occupation company employee And monthly income 20,001-30,000 baht behavior of viewing JohLuek Tua Thai Inside Thailand of Bangkok audience Most of them are open to viewing every day by watching on Tablet. Viewing time 18.01 - 22.00 YouTube is the most historical channel for viewing. In terms of the satisfaction of the viewers of the program Johluek Tua Thai. Inside Thailand found that the satisfaction level of viewers of the programs in depth throughout Thailand. Inside Thailand There is a high overall average. By watching because it is a quality program With the highest mean.

Keywords: Exposure behavior, Satisfaction, Jor Luek Tua Thai" Inside Thailand MCOT HD TV Channel 30

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี (MCOT HD 30) ชื่อเดิม : สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 บางลำพู สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี หรือ ช่อง 9 เอ็มคอตเอชดี (9 MCOT HD) เป็นสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) แห่งแรกของประเทศไทย ของบริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) โดยสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี HD 30 เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล (DTT) ประเภทบริการธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) หมายเลข 30 ส่งสัญญาณแพร่ภาพ 24 ชั่วโมง ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ระบบดิจิตอลภาคพื้นดินระดับชาติ ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 39 สถานีหลัก และสถานีเสริม ไม่น้อยกว่า 129 สถานี ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย ทั้งประเด็น เนื้อหา รูปแบบ เช่น ข่าวประจำวัน รายการข่าว ที่มีเนื้อหาเจาะลึกมีความแตกต่างทางด้านมิติของการนำเสนอ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลางและเป็นประโยชน์นำเสนอในสิ่งที่เป็นกลางไม่เอนเอียงเข้าข่างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ทุกสิ่งที่นำเสนอสู่สังคมจะให้ความสำคัญในการอธิบายเชิงลึกเพื่อเสนอปัญหาไปสู่การแก้ไขให้ประโยชน์แก่ประชาชนในแง่ต่าง ๆ ยกระดับ และเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ชม

รายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ เป็นรายการข่าวที่มีจำนวนผู้ชมเป็นจำนวนมาก ออกอากาศสดทางสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 โดยมี ดนัย เอกมหาสวัสดิ์ และ อมรรัตน์ มหิทธิรุกข์ เป็นผู้ดำเนินรายการ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 08.00 -09.30 น. โดยมีเนื้อหาในการเจาะลึกประเด็นร้อน ประเด็นทั่วไปที่

ใกล้ตัว และประเด็นทั่วไปบนหน้าหนังสือพิมพ์ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย มีความแตกต่างจากการนำเสนอข่าวทั่วไป ด้วยเนื้อหา (Content) ความเข้มข้นของข่าว ที่มีรูปแบบรายการเน้นการสัมภาษณ์สดจากแหล่งข่าวที่มีความรู้ และน่าเชื่อถือในประเด็นนั้น ๆ อย่างชัดเจน ตรงไปตรงมา รวมไปถึงมีการส่งทีมข่าวเข้าพื้นที่รายงานสดทันที หากมีสถานการณ์ที่เป็นประเด็นเกิดขึ้น ภายใต้สโลแกน “ไม่ว่าข่าวจะเครียด หรือ ซับซ้อน เราจะทำให้เข้าใจด้วยภาษาง่ายๆ ” เพื่อความน่าสนใจของข่าวและการเข้าถึงผู้ชม

การศึกษาครั้งนี้ได้ยกตัวอย่างประเด็นข่าวที่เป็นปัญหาและสังคมต้องการคำตอบ ประเด็นเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นใกล้ตัวผู้รับชม และประเด็นสำคัญทั่วไปที่เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนรูปแบบรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ผู้วิจัยเห็นว่าควรนำมาศึกษาเพื่อสำรวจความพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาเนื้อหารายการและรูปแบบรายการในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30

(2) เพื่อศึกษาพฤติการเปิดรับรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30

(3) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30

(4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และรูปแบบรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ช่อง 30

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558)

3.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร กิติมา สุรสนธิ (2542, อ้างถึงใน นันทินี พิศวิลัย, 2558) อธิบายว่า สื่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ซึ่งอาจหมายถึงพาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่าง ๆ อันได้แก่ การมองเห็นการได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส เป็นต้น นอกจากนี้สื่อ ยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบ ๆ ตัวคนเราด้วยสื่อจึงอาจแบ่งออกเป็นหลายชนิดหลายประเภทตามเกณฑ์ต่าง ๆ

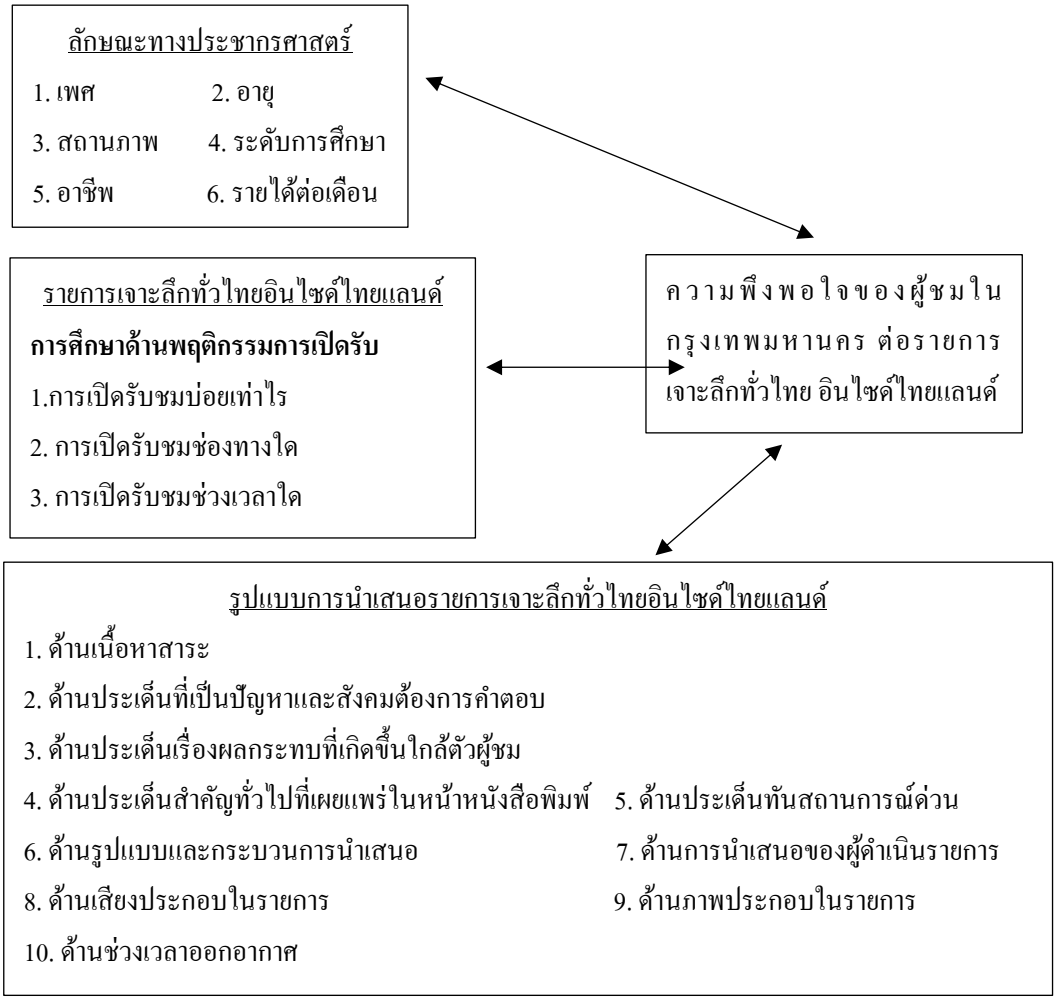
3.1.3 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ แคลปเปอร์และโจเซฟ (Klapper, Joseph T. 1960, pp. 19-25) เปรียบเทียบกระบวนการเลือกรับข่าวสารว่าเป็นเหมือนเครื่องกรองการรับรู้ของมนุษย์โดยผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention)

3.1.4 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยาที่ศึกษาการกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการและสิ่งจูงใจ มนุษย์เราติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่จูงใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง ซึ่งจะเห็นว่าผู้รับสารในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้จะเป็นผู้กำหนดและเป็นศูนย์กลางของการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน โดยมุ่งตอบคำถามที่ว่า “ผู้รับข่าวสารทำอะไรกับสื่อ” (พีระ จิรโสภณ, 2556)

3.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับด้านเนื้อหาสาระของรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ รายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์มีเนื้อหาในการเจาะลึกประเด็นร้อน ประเด็นทั่วไปที่ใกล้ตัว และประเด็นทั่วไปบนหน้าหนังสือพิมพ์ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย มีความแตกต่างจากการนำเสนอข่าวทั่วไป ด้วยเนื้อหา (Content) ความเข้มข้นของข่าว ที่มีรูปแบบรายการเน้นการสัมภาษณ์สดจากแหล่งข่าวที่มีความรู้ และน่าเชื่อถือในประเด็นนั้น ๆ อย่างชัดเจน ตรงไปตรงมา รวมไปถึงมีการส่งทีมข่าวเข้าพื้นที่รายงานสดทันที หากมีสถานการณ์ที่เป็นประเด็นเกิดขึ้น แบ่งเป็น ประเด็นที่เป็นปัญหาและสังคมต้องการคำตอบ ประเด็นเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นใกล้ตัวผู้รับชม ประเด็นสำคัญทั่วไปที่เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์ และประเด็นที่ทันสถานการณ์ด่วน

3.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับด้านรูปแบบ และกระบวนการนำเสนอของรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ โดยจะให้ความสำคัญกับกระบวนการนำเสนอเป็นอย่างมาก เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับชมให้ได้รู้และเข้าใจมากที่สุดจึงมีการวางแผนการผลิตรายการอย่างเข้มข้น มีทั้งสัมภาษณ์สดทางโทรศัพท์ และส่งทีมข่าวลงพื้นที่รายงานสดต่อเหตุการณ์ หรือสถานการณ์นั้น

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

(1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 แตกต่างกัน

(2) พฤติกรรมการเปิดรับรายการ เจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ที่แตกต่างกัน

(3) รูปแบบการดำเนินรายการ เจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ที่แตกต่างกัน

(4) ความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เนื้อหารายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ และรูปแบบรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 แบบแผนการวิจัย

เป็นการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและทำการประมวลผลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรทั้งชาย และหญิง ในกรุงเทพมหานคร 50 เขต มีจำนวนประชากร 5,686,646, คน (ข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี พ.ศ. 2560) โดยทำการสุ่มตัวอย่างเน้นให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม และวิถีการดำรงชีวิตของประชาชน โดยจะคัดเลือกตัวแทนกลุ่มแบบเจาะจงกลุ่มละ 1 เขต ดูจากเขตที่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดในกลุ่ม เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาทำการศึกษาเท่านั้น

4.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษาประกอบด้วย 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาสาระรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์

ตอนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านรูปแบบกระบวนการนำเสนอ รายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์

ตอนที่ 4 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง แหล่งที่มาของข้อมูลแบ่งการเก็บข้อมูลมีอยู่ 2 ประเภท

1. ข้อมูลปฐมภูมิคือจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุดโดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มแบบเจาะจงกลุ่มละ 1 เขต ดูจากเขตที่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดในกลุ่มเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาทำการศึกษาเท่านั้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิจะแบ่งแหล่งข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารคือการรวบรวมงานวิจัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารการประชุมข่าว

2.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลคือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามในเขตต่าง ๆ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณา (Descriptive statistics) ใช้เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยหาความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เป็นการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมที่มีต่อรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ สถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 โดยใช้ในการวิเคราะห์การทดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA)

5. ผลการวิจัย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 สถานภาพสมรส จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 และความถี่ในการรับชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ต่อสัปดาห์ รับชมมากกว่า 3 วัน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เปิดรับชมทุกวัน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ช่องทางในการรับชม ส่วนใหญ่รับชมทางแท็บเล็ต จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ช่วงเวลาในการรับชม ส่วนใหญ่รับชมเวลา 18.01 – 22.00 น. จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ความถี่ในการรับชม ส่วนใหญ่รับชมทุกวัน จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 ช่องทางในการรับชมรายการย้อนหลัง รับชมผ่านยูทูป จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวม

รูปแบบการนำเสนอรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเนื้อหาสาระ	3.98	0.507	มาก
ด้านประเด็นที่เป็นปัญหาและสังคมต้องการคำตอบ	3.48	0.505	ปานกลาง
ด้านประเด็นเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นใกล้ตัวผู้ชม	3.27	0.460	ปานกลาง
ด้านประเด็นสำคัญทั่วไปที่เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์	3.34	0.418	ปานกลาง
ด้านประเด็นทันสถานการณ์ด่วน	3.39	1.010	ปานกลาง
ด้านรูปแบบและกระบวนการนำเสนอ	3.29	1.051	ปานกลาง
ด้านการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ	3.87	0.873	มาก
ด้านเสียงประกอบในรายการ	3.31	0.885	ปานกลาง
ด้านภาพประกอบในรายการ	3.47	0.832	ปานกลาง
ด้านช่วงเวลาออกอากาศ	3.69	1.451	มาก
รวม	**3.47**	**0.212**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 3.98 รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ คิดเป็นร้อยละ 3.87 ด้านช่วงเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 3.69 ด้านประเด็นที่เป็นปัญหาและสังคมต้องการคำตอบ คิด

เป็นร้อยละ 3.48 ด้านภาพประกอบในรายการ คิดเป็นร้อยละ 3.47 ด้านประเด็นทันสถานการณ์ด่วน คิดเป็นร้อยละ 3.39 ด้านประเด็นสำคัญทั่วไปที่เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 3.34 ด้านเสียงประกอบในรายการ คิดเป็นร้อยละ 3.31 ด้านรูปแบบและกระบวนการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 3.29 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านประเด็นเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นใกล้ตัวผู้ชม คิดเป็นร้อยละ 3.27

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
รับชมรายการ เพราะ เป็นรายการที่มีคุณภาพ	4.13	1.219	มาก
พึงพอใจและมีการแนะนำให้ผู้อื่นรู้จักรับชมรายการ	3.87	1.253	ปานกลาง
มีความพึงพอใจและนำประเด็นของรายการมาพูดคุยปรึกษา	3.40	1.421	ปานกลาง
พึงพอใจที่จะนำเสนอความคิดเห็นและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการต่อไป	3.76	1.206	มาก
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อด้านเนื้อหาสาระของรายการ	3.91	1.238	มาก
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อด้านรูปแบบกระบวนการนำเสนอรายการ	3.92	1.412	มาก
รวม	**3.83**	**0.726**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รับชมรายการเพราะรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ เป็นรายการที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 4.13 รองลงมาคือ ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อด้านรูปแบบกระบวนการนำเสนอรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.92 ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อด้านเนื้อหาสาระของรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.91 พึงพอใจและมีการแนะนำให้ผู้อื่นรู้จักรับชมรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.87 พึงพอใจที่จะนำเสนอความคิดเห็นและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการต่อไป คิดเป็นร้อยละ 3.76 และลำดับสุดท้ายคือ มีความพึงพอใจและนำประเด็นของรายการเจาะลึกทั่วไทยอินไซด์ไทยแลนด์ มาพูดคุยปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.40

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ คำกล่าวของ กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ (อ้างถึงใน ธันยพัฒน์ พิรุณโปรย, 2554) เกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ว่า บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมและความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะพฤติกรรมและความพึงพอใจของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

พฤติกรรมการเปิดรับรายการ เจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ที่แตกต่างกัน โดยผู้ชมรายการมีการเปิดรับชมรายการอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากรายการมีความน่าสนใจ ได้รับความรู้และสาระ ทำให้มีความพึงพอใจกับรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ซึ่งสอดคล้องกับแม็คคอมบ์และเบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979 อ้างถึงใน นันทินี พิศวิลัย, 2558) ที่ได้กล่าวถึง การเปิดรับข่าวสารว่าการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งจากที่มีอยู่ โดยปกติแล้วมนุษย์มักจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดและความสนใจของตนเอง

รูปแบบการดำเนินรายการ เจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 ที่แตกต่างกัน เนื่องจากรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ มีเนื้อหาในการเจาะลึกประเด็นร้อน ประเด็นทั่วไปที่ใกล้ตัว และประเด็นทั่วไปบนหน้าหนังสือพิมพ์ มีความแตกต่างจากการนำเสนอข่าวทั่วไป ด้วยเนื้อหา (Content) ความเข้มข้นของข่าว ที่มีรูปแบบรายการเน้นการสัมภาษณ์สดจากแหล่งข่าวที่มีความรู้ และน่าเชื่อถือในประเด็นนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ธิติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ส่วนความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในผู้ดำเนินรายการซึ่งใช้คำถามได้ตรงประเด็นที่สุดขณะที่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม

ความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยของสถานีโทรทัศน์เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และรูปแบบการดำเนินรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ จากแนวคิดของแมคคอมป์และเบคเกอร์ (McCombs & Becker,1979 อ้างถึงใน นันทินี พิศวิลัย, 2558) ที่อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการและเพื่อสร้างความพึงพอใจโดยเน้นด้านการดำรงค์ชีวิตในสังคม มีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ เพื่อการตัดสินใจ เพื่อพูดคุยสนทนา และเพื่อการมีส่วนร่วม

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ผู้ผลิตรายการควรมีการพัฒนารูปแบบรายการให้มีความทันสมัย เข้ากับสถานการณ์ที่เป็นไปตามกระแส

(2) ผู้ผลิตรายการควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบและกระบวนการนำเสนอ เสียงและภาพที่ชัดเจนซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าสนใจ น่าติดตามแก่ผู้ชมรายการ

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เป็นผู้ชมรายการ เพื่อจะได้ทราบสาเหตุและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้รายการได้รับความนิยมเพิ่มมากยิ่งขึ้น

(2) ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเจาะลึกทั่วไทย อินไซด์ไทยแลนด์ในแต่ละปัจจัย

8. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงได้ตามวัตถุประสงค์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องหลายท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา ทั้งรองศาสตราจารย์ดร.วิรุฬห์รัตน์ ผลทวีโชติ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ธนชาติ จันทร์เวโรจน์ ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ให้ความอนุเคราะห์ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณในความกรุณาไว้ ณ ที่นี้

9. เอกสารอ้างอิง

ธันยพัฒน์ พิรุณโปรย. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการท างานกับความสุขในชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงาน กรณีศึกษาของเทศบาลตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. มหาวิทยาลัยศิลปากร

ธิติมา ปิยะศิริศิลป์. (2544). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอที*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทินี พิศวิลัย. (2558). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผจญ กลิ่นสุวรรณ. (2554). *ทัศนคติความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์ อิงลิชเบรกฟาสท์ ทางทีวีไทย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีระ จิระโสภณ. (2556). *กระบวนทัศน์เกี่ยวกับทฤษฎีผลจากการสื่อสารมวลชน* [เอกสารประกอบการสอนวิชา นศ 651 ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์]. กรุงเทพฯ.

วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). *การบริหารภาครัฐแนวใหม่. (New Public Management: NPM)*. กรุงเทพฯ : สถาบัน TDRM.

Klapper, Joseph T. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe, Illinois: Free Press.