

การจัดการห่วงโซ่อุปทานหนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช*

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF SHADOW PUPPETS IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ชัยญภาภัก ไชยพรรณ*, ศุภฤกษ์ การธรรมณี, ธนาภรณ์ เมืองมุงคุณ, เมธิรา ไกรนที, สันติ วงศ์สูง

Chanyaphak Chaiyaphan*, Suppharerk Kathammanee, Thanaporn Muangmungkun, Maytira Krainatee, Santi Wongsueng

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: Chanyaphak_cha@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลัง ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิมของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ base line (ฐานกิจกรรม) เดิม เพื่อวิจัยห่วงโซ่คุณค่าใหม่ พบว่า การหาโอกาสใหม่จากห่วงโซ่คุณค่า ที่สร้างการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก ทำด้วยวิธีการจัดการด้วยระบบ Eco-System (การทำงานร่วมกันและแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้วยแนวการทำงานที่แตกต่างกัน) ได้ 2 ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ คือ 1) การลดบทบาทซื้อต่อในห่วงโซ่อุปทาน โดยทำการผลิตผลิตภัณฑ์เอง (ผู้จำหน่ายที่ 2) และการเพิ่มซื้อต่อโดยการรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากผู้ประกอบการ (ผู้จำหน่ายคนที่ 1) นำไปจำหน่าย ในช่องทางตลาด ทำให้สามารถยกระดับรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ 2) การขยายซื้อต่อคือการเพิ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าที่เป็นผู้ประกอบการเครื่องดนตรีนครศรีธรรมราช ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรมของหนังตะลุง ในตลาดลายบนวัสดุอื่นที่ไม่ใช่หนังวัว คือ การใช้แผ่นทองแดงตอกลายต่าง ๆ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายเดิม พบว่า ผู้ประกอบการรายเดิมผลิตผลิตภัณฑ์หนังตะลุงด้านรายได้ของผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.97 ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 2 เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.19 ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 3 เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.77 นอกจากนี้โครงการวิจัยยังสามารถสร้างผู้ประกอบการทุนทางวัฒนธรรมด้านผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ให้เกิดมูลค่าขึ้น 25,800 บาท คือผู้ประกอบการเครื่องดนตรีรายที่ 4

คำสำคัญ: หนังตะลุง, ห่วงโซ่อุปทาน, การจัดการ

Abstract

The research objectives were: 1) To analyze the original and new value chain of shadow puppet products in Nakhon Si Thammarat Province. 2) To assess the economic value of shadow puppet products before and after the project. The research results found that the analysis of the original value chain of shadow puppet products in Nakhon Si Thammarat Province, using the original baseline (activity base) to research the new value chain, found that finding new

opportunities from the value chain that created growth of the grassroots economic value was done by managing a system of Eco-Systems (collaboration and sharing of different knowledge with different working lines). This resulted in two new value chains: 1) Reducing the role of links in the supply chain by producing products themselves (distributor 2) and adding links by taking new products from entrepreneurs (distributor 1) to sell in marketing channels. This can increase the income of entrepreneurs. 2) Expanding links is to add stakeholders in the value chain of entrepreneurs who are Nakhon Si Thammarat lacquerware entrepreneurs to create new products by transferring the cultural capital of shadow puppets in patterns on materials other than cowhide, namely the use of various copper sheets. The second objective found that the assessment of the economic value before and after the project of the original entrepreneurs found that the original entrepreneurs who produced shadow puppet products on the income of the shadow puppet entrepreneur No. 1 increased by 45.97%, the shadow puppet entrepreneur No. 2 was increased by 55.19%, the shadow puppet entrepreneur No. 3 was increased by 48.77%. In addition, the research project could also create cultural entrepreneurs in product value, which could generate income of 25,800 Bath, namely the lacquerware entrepreneur No. 4.

Keywords: Shadow Puppet, Supply Chain, Management

บทนำ

อดีตหนังตะลุงมีหน้าที่หลัก คือ ให้ความบันเทิงเริงรมย์และการพักผ่อนหย่อนใจของสมาชิกในชุมชนท้องถิ่น (ชวน เพชรแก้ว, 2543) หนังตะลุงเป็นพื้นภูมิวัฒนธรรมในวิถีชีวิตที่เสมือนบ้านหลังหรือรากเหง้าของคนในเขตวัฒนธรรมหนังตะลุง อันได้แก่ ชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาคือพัทลุง สงขลาและนครศรีธรรมราชอันเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของภาคใต้ที่หนังตะลุงได้ก่อตัวขึ้นหนังตะลุงเป็นความเชื่อดั้งเดิมและสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมของชาวฮินดู พุทธมหายานและพราหมณ์ รากฐานของหนังตะลุงคือเรื่องของประเพณีและพิธีกรรมเพื่อบวงสรวงบูชาตามลัทธิเทวนิยม ต่อมาพิธีกรรมเหล่านั้นถูกฝังถ่ายสู่ชาวบ้านเกิดประเพณีและพิธีกรรมการแก้บน หนังตะลุงจึงเป็นทั้งผลผลิตและผู้สร้างวัฒนธรรมให้กับชุมชนไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความคิดความเชื่อ โลกทรรศน์ ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรมและสุนทรียศาสตร์ (พิทยา บุขรรัตน์, 2548) นอกจากนี้เนื่องจากหนังตะลุงเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเข้มแข็ง สามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดและค่านิยมทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่ผ่านมามีงานวิจัยที่หนังตะลุงมีส่วนช่วยสนับสนุน และเป็นเครื่องมือบูรณาการสถาบันต่าง ๆ ทางสังคม ตลอดจนเป็นสื่อกลางที่ส่งเสริมความสามัคคี และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่สมาชิกในชุมชนนั้น ๆ (จรรยา หยูทอง, 2556) หนังตะลุงมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการกล่อมเกลางานสังคมของคนได้มายาวนาน ก่อนจะมีระบบการศึกษาประชาบาลและการละเล่นหรือความบันเทิงสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทแทนในยุคหลัง นับตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปี 2504 (ชวน เพชรแก้ว, 2551) องค์ประกอบในการแสดงหนังตะลุงประกอบด้วยตัวนายหนัง โรงหนัง เครื่องดนตรีของหนัง เรื่องที่หนัง ใช้แสดง รูปหนัง บทหนัง ขบนิยมในการแสดงหนัง ฯลฯ มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนในทุกเรื่องจะมากจะน้อยตามความต้องการของนายหนังและคนดูหนังหรือสังคมคนใต้ที่เปลี่ยนแปลงไป (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2553) อีกทั้งยังถือเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในการแสดง สะท้อนถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งย่านตลาดหน้าวัดพระธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งหากพิจารณาในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้วนั้น หนังตะลุงยังสร้างความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับมิติด้านสังคมในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์ของผู้คน การแสดงออกซึ่งความผูกพัน และยังเป็นเครื่องมือในการสร้าง

เศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นผ่านการแสดง และสร้างรายได้แก่คณะและพื้นที่การประกอบอาชีพของคนในชุมชน บนฐานของการนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการนำทรัพยากร ธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์ นอกเหนือการเป็นส่วนหนึ่งในมิติทางวัฒนธรรมหนึ่งตระกูลยังทำหน้าที่สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ และยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ทั้งนี้สิ่งที่นักวิชาการพอจะช่วยส่งเสริมและพัฒนา หนึ่งตระกูลได้บ้างก็คือช่วยกระตุ้นหรือช่วยเติมความรู้ และความคิด เพิ่มพูนโอกาสให้แก่รายหนึ่งตระกูล ให้เขาทันโลก ทันสังคม ช่วยหาโอกาสและหาวิธีการ ในการสร้างทายาทผู้ชมหนึ่งตระกูล (ประเสริฐ รักษ์วงศ์, 2548) จากการสืบค้นปัญหาเชิงพื้นที่ ผู้วิจัยได้พบประเด็นปัญหาด้านน้ำคือ ปัจจุบันยังขาดกระบวนการ ในการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูล ไม่มีการแปรรูปเพื่อมาสร้างแบรนด์ใหม่ โดยคณะผู้วิจัยได้พัฒนาชุดโครงการการวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมหนึ่งตระกูล เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสานักกรักท้องถิ่นย่านตลาดวัฒนธรรมหน้าวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูล ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความสำเร็จ โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าใหม่เพื่อให้เกิดโครงสร้างการกระจายรายได้สู่ผู้ผลิตต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อนและหลังการโครงการ ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูลและการแสดงหนึ่งตระกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าเดิมและคุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูลและการแสดงหนึ่งตระกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อนและหลังของโครงการวิจัย ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูลและการแสดงหนึ่งตระกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานหนึ่งตระกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์มีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในแต่ละขั้นตอนของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขต

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาโดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ที่มีหน้าที่ดูแล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ประธานวิสาหกิจชุมชน 2 คน 2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูล 1 คน 3) ผู้ประกอบการเครื่องถมจำนวน 1 คน ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการทำผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูล มีระยะเวลาการประกอบการ 5 ปีขึ้นไป

1.2 ด้านเนื้อหา ได้แก่ จากเอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) คือ เอกสาร ตำรางานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน หนึ่งตระกูลและผลิตภัณฑ์ และทุติยภูมิ (Secondary Sources)

2. เครื่องมือที่ใช้

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงและครอบคลุมเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.78 - 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัย คือ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คนและได้หาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, L. J., 1990) เท่ากับ 0.96 และจัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) การประเมินมูลค่าและหลังการจัดทำโครงการวิจัย



3. การเก็บข้อมูล คือ ผู้วิจัยเก็บแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช ระยะที่ 3 การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลัง ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล คือ เชิงคุณภาพด้วยสถิติค่าร้อยละ (percentage) ของข้อมูลจากสูตร (กัลยา วาณิชยชัย กัลยา วาณิชยชัย, 2561) และสรุปเป็นภาพรวม

ผลการวิจัย

การประเมินห่วงโซ่มูลค่าเศรษฐกิจและผลตอบแทนทางสังคมจาก การลงทุนของผลิตภัณฑ์หนังตะลุงและการบริการแสดง จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่เน้นในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์จากผังการไหลที่แสดงภาพรวมทั้งหมดของห่วงโซ่มูลค่า ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจ ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

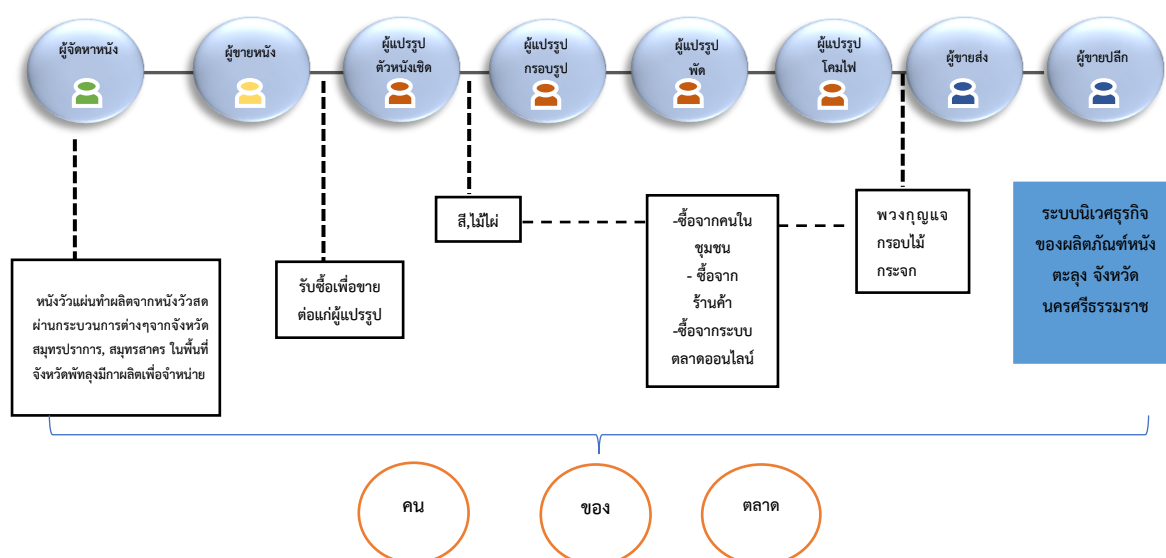
ตอนที่ 2 การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อนและหลังการจัดทำโครงการวิจัย ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าเดิมและคุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุงและการบริการแสดงจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถแบ่งหัวข้อ ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าเดิมและคุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระบบนิเวศธุรกิจของผลิตภัณฑ์หนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช



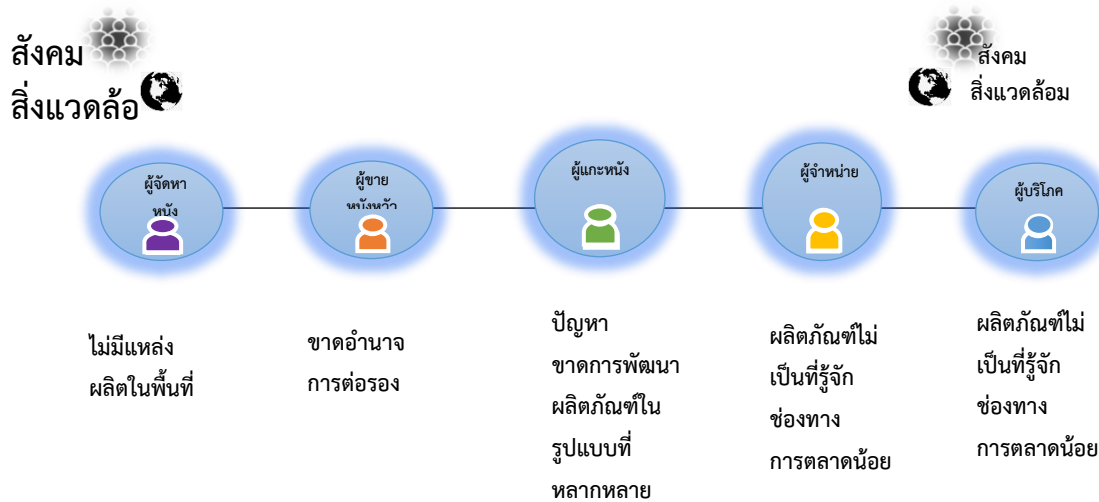
ภาพที่ 1 ข้อมูลระบบนิเวศธุรกิจของผลิตภัณฑ์หนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช



จากภาพที่ 1 จากการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ จำนวน 4 ราย ด้านระบบนิเวทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์หนังตะลุงและการบริการแสดง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ประกอบไปด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องคือ ผู้จัดการหนังวัว ผู้ขายหนังวัว ผู้แปรรูปแกะหนังตะลุงตัวเซ็ด ยังมีการแปรรูปในรูปแบบของที่ระลึกและของใช้ ขายไปยังผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป ในส่วนของหนังวัว ที่เป็นวัตถุดิบหลักของทุนทางวัฒนธรรมที่ผู้ประกอบการนำมาใช้จะมีการสั่งตรงมาจากจังหวัดสมุทรสาครและสมุทรปราการ เพื่อใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของตนเองและเพื่อจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการภายในจังหวัด นอกจากนี้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการแปรรูปที่เพิ่มขึ้นจากตัวเซ็ดหนังตะลุง ที่ไว้ทำการแสดง เป็นของที่ระลึก ของใช้ มีการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคที่เป็นขายส่ง และ ขายปลีกไปยังผู้บริโภค

2. ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานด้านห่วงโซ่คุณค่าเดิม คุณค่าใหม่ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ห่วงโซ่คุณค่าเดิม Value Chain (Old Base Line)



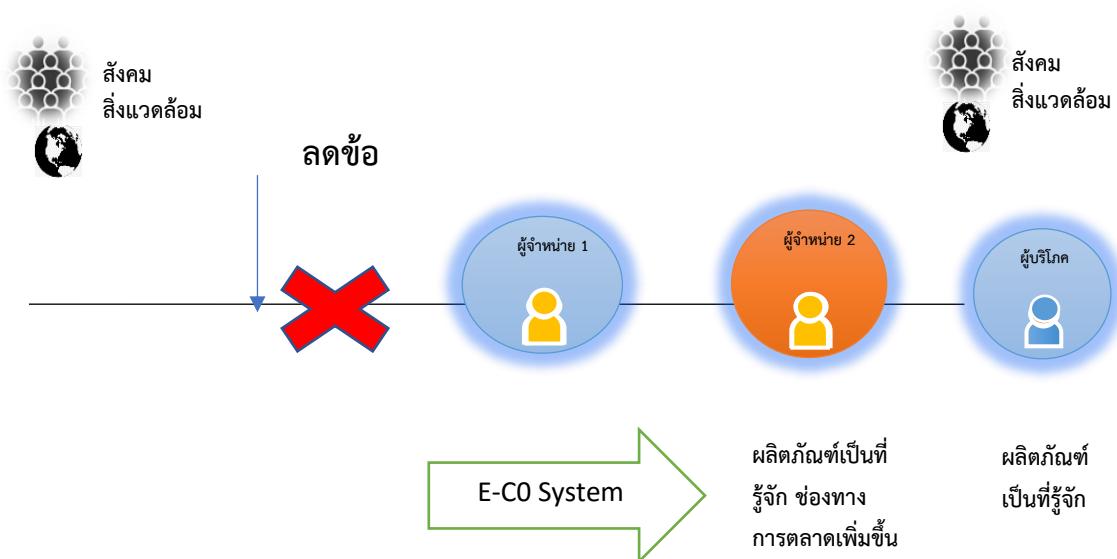
ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาที่ข้อต่อผ่านห่วงโซ่อุปทาน

จากภาพที่ 2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิม ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ base line เดิม พบว่า ช่วงต้นน้ำประกอบด้วย supplier (ผู้ผลิต/ขายแผ่นหนัง ร้านขายสี ย้อมหนัง ร้านขายอุปกรณ์) และผู้ผลิตหนัง ซึ่งประเด็นปัญหาต้นน้ำคือปัจจุบันยังขาดกระบวนการ ในการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์หนังตะลุง งานวิจัยนี้จึงได้พัฒนาโครงการภูมิปัญญา ตำนานเรื่องเล่าหนังตะลุง เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญา ตำนานเรื่องเล่าหนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช สร้างแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่เกี่ยวกับภูมิปัญญา ตำนานเรื่องเล่าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนักที่ท้องถิ่นย่านตลาดวัฒนธรรมวัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ช่วงกลางน้ำประกอบด้วยผู้แปรรูปลำดับที่ 1 2 และ 3 กลุ่มกลางน้ำจะรับซื้อตัวหนังตะลุงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น 1) แปรรูปจากหนังตะลุงสภาพเดิม ได้แก่ พวงกุญแจ 2) แปรรูปโดยเพิ่มเติมวัตถุดิบอื่น ๆ ได้แก่ กรอบรูป จะเห็นได้ว่าไม่มีการแปรรูปเพื่อมาสร้างแบรนด์ใหม่ จากการสืบค้นปัญหาเชิงพื้นที่ คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ห่วงโซ่ปัญหา ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริการหนังตะลุง งานวิจัยนี้ได้พัฒนาโครงการต้นน้ำ 1 การศึกษาภูมิปัญญา ตำนานเรื่องเล่าหนังตะลุง เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนักที่ท้องถิ่นย่านตลาดวัฒนธรรมวัดเจดีย์ กลางน้ำ 1 โครงการ ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์จากหนังตะลุง เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาศิลปะการแกะหนังตะลุงมาเป็นแนวทางในการ



ออกแบบผลิตภัณฑ์จากหนึ่งตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จากหนึ่งตะลุง และจำหน่ายเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ปัญหาของกระบวนการปลายน้ำ ยังไม่มีความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ จึงมีโครงการในการเพิ่มความโดดเด่น ประชาสัมพันธ์และสร้างการตลาดด้วยกัน ปลายน้ำ 2 โครงการคือ การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายหนึ่งตะลุงเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนักท้องถิ่นวัดเจดีย์ เพื่อศึกษาพัฒนาการของคณะหนึ่งตะลุงในจังหวัดนครศรีธรรมราช และสร้างรูปแบบความร่วมมือและเครือข่ายในการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนักท้องถิ่น และโครงการ “การพัฒนาอัตลักษณ์นายหนึ่งตะลุงเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช”

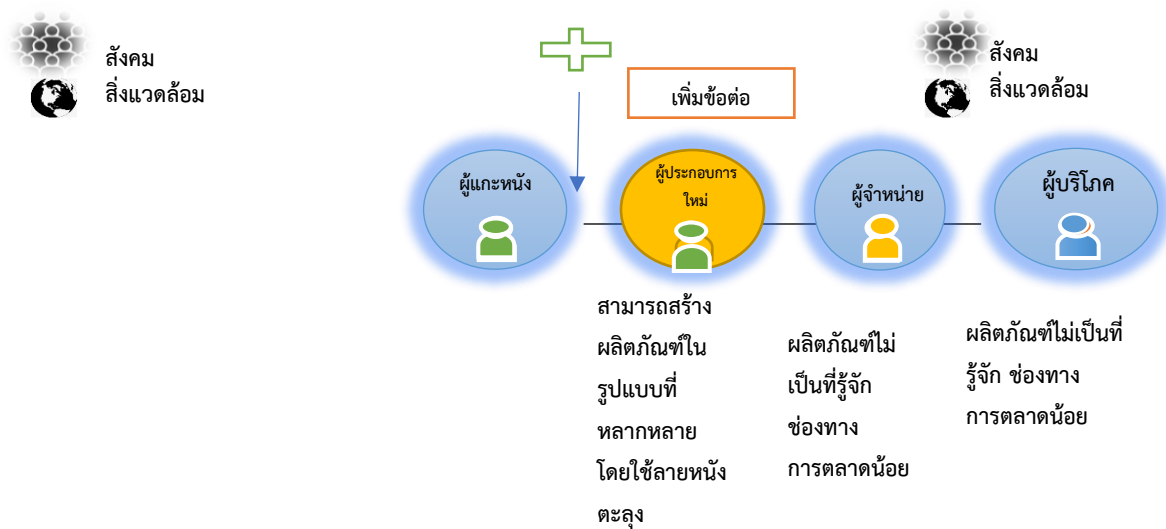
ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ New Value Chain แบบที่ 1



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ข้อต่อผ่านห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า แบบที่ 1

จากภาพที่ 3 จากการหาโอกาสใหม่จากห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าที่สร้างการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก ทำด้วยวิธีการจัดการด้วยระบบ Eco-System (การทำงานร่วมกันและแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้วยแนวการทำงานที่แตกต่างกัน) คือ การลดบทบาทข้อต่อของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า ทั้งนี้งานวิจัยสามารถสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้วิสาหกิจชุมชนเกาะหนึ่งตะลุง ลดบทบาทของกลุ่มในการทำการผลิตผลิตภัณฑ์เอง (ผู้จำหน่ายที่ 2) โดยผู้การรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากผู้ประกอบการ (ผู้จำหน่ายที่ 1) นำไปจำหน่ายในช่องทางการตลาดต่าง ๆ ในงานแสดงสินค้า ทำให้สามารถยกระดับรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการไม่ต้องนำเงินมาลงทุนในการจัดหาหนี้ ไม่ต้องผลิตเอง เป็นผู้จำหน่ายที่สามารถสร้างมูลค่าจากการจำหน่ายที่ระดับราคาต่าง ๆ ที่ไปออกงานแสดง การจำหน่ายไปยังลูกค้าได้โดยตรงไม่ต้องรักษาระดับสินค้าคงคลัง สามารถมีแบบอย่างเพื่อรับการสั่งซื้อและดำเนินการสั่งซื้อได้ต่อไป

ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ New Value Chain แบบที่ 2



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ข้อต่อผ่านห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า แบบที่ 2

จากภาพที่ 4 จากการหาโอกาสใหม่จากห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า สร้างการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก ทำด้วยวิธีการจัดการด้วยระบบ Eco-System (การทำงานร่วมกันและแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้วยแนวการทำงานที่แตกต่างกัน) คือ การขยายข้อต่อของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า ทั้งนี้งานวิจัยสามารถสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้สามารถขยายข้อต่อไปยังผู้ประกอบการเครื่องดนตรีเครื่องราชแบบเดิมเป็นการผลิตเครื่องประเภทต่าง ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ในงานโดยการถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรมของหนังตะลุง ในลวดลายบนวัสดุอื่นที่ไม่ใช่หนังวัว คือ การใช้แผ่นทองแดงตอกลายต่าง ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ สามารถนำไปจำหน่าย ในช่องทางการตลาดต่าง ๆ ในงานแสดงสินค้า ทำให้สามารถยกระดับรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายนี้ได้

ตอนที่ 2 การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการ ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การคำนวณการยกระดับมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากด้วยวิธีการคำนวณมูลค่าเพิ่มด้านรายได้ในห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาในส่วนเฉพาะผลิตภัณฑ์เดิมของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อพิจารณาการสร้างมูลค่าที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิม และการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาศัย การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโครงการที่ 4 โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แยกรายผู้ประกอบการที่ทำการผลิตหนังตะลุงและผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งสิ้น 4 ผู้ประกอบการ คือ ของผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 1 , ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 2 , ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 3, ผู้ประกอบการเครื่องดนตรีรายที่ 4 โครงการวิจัย การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายเดิมทางด้านการผลิตผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงดังตารางที่ 1



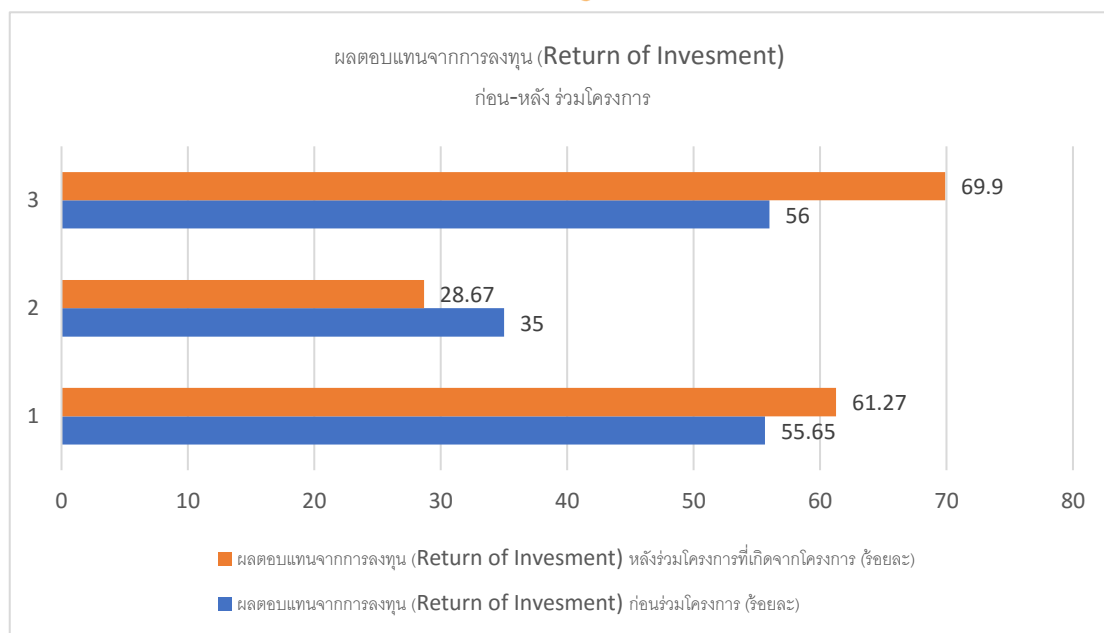
ตารางที่ 1 มูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายเดิมผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูล

ผู้ประกอบการ	รายได้			การเพิ่มขึ้นของ รายได้ที่เกิดจาก โครงการ (บาท/ปี) (ร้อยละ)	ผลตอบแทนจาก การลงทุน (Return of Investment) ก่อนร่วมโครงการ (ร้อยละ)	ผลตอบแทนจาก การลงทุน (Return of Investment) หลังร่วมโครงการที่ เกิดจากโครงการ (ร้อยละ)
	ก่อนเข้า ร่วม โครงการ (บาท/ปี)	หลังร่วม โครงการ (บาท/ปี)	หลังร่วม โครงการ ที่เกิดจาก โครงการ (บาท/ปี)			
ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูล รายที่ 1	70,650	125,000	32,480	45.97	55.65	61.27
ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูล รายที่ 2	115,250	250,350	63,610	55.19	35.00	28.67
ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูล รายที่ 3	157,500	265,400	76,810	48.77	56.00	69.90
รวม	343,400	640,750	172,900			

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์มูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายเดิมผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูลด้านรายได้ ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 1 พบว่า รายได้ต่อปีก่อนเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 70,650 บาท รายได้ต่อปีหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 125,000 บาท ในช่วงการทดลองตลาดหลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัยและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยเสร็จสิ้น ที่เกิดจากโครงการ อยู่ที่ 32,480 บาท ดังนั้น ร้อยละ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แกะหนังตะลุงรักษ์คอน เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.97

ผลการวิเคราะห์มูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 2 พบว่า รายได้ต่อปีก่อนเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 115,250 บาท รายได้ต่อปีหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 250,350 บาท ในช่วงการทดลองตลาดหลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัยและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยเสร็จสิ้น รายได้สุทธิ หักต้นทุน อยู่ที่ 63,610 บาท ดังนั้น ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แกะหนังตะลุงรักษ์คอน เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.19

ผลการวิเคราะห์มูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายเดิมผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตระกูลด้านรายได้ ของผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 3 พบว่า รายได้ต่อปีก่อนเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 157,500 บาท รายได้ต่อปีหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ที่ 265,400 บาท ในช่วงการทดลองตลาดหลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัยและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยเสร็จสิ้น รายได้สุทธิ อยู่ที่ 76,810 บาท ดังนั้น ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ ของคุณศรีวรินทร์ ทองดี เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.77 ด้านผลตอบแทนจากการลงทุน (Return of Investment) พบว่า ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 1 กำไร หลังหักต้นทุน เท่ากับ 12,360 อยู่ที่ร้อยละ 61.27 ผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 2 อยู่ที่ร้อยละ 28.67 และผู้ประกอบการหนึ่งตระกูลรายที่ 3 อยู่ที่ร้อยละ 69.90 ซึ่งมากกว่า ROI ก่อนเริ่มโครงการเนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทำกำไรได้มากกว่าผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า มีผลการตอบแทนที่น้อยที่สุด ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ผลการประเมิน ROI ก่อน-หลัง ร่วมโครงการวิจัย ของผู้ประกอบการรายเดิม

เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการรับซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผู้ประกอบการรายที่ 2 ทำให้ต้นทุนการจัดจำหน่ายที่สูง ความสามารถในการทำกำไรน้อย ผลการตอบตอบแทนจึงต่ำกว่าผู้ประกอบการอื่น

การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายที่ 4 คือ ผู้ประกอบการใหม่ด้านเครื่องมืทำการผลิตเครื่องทองแดงจากลวดลายของหนังตะลุงที่คณะผู้วิจัยได้เผยแพร่

ตารางที่ 2 มูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายใหม่ผลิตผลิตภัณฑ์หนังตะลุง

ผู้ประกอบการ	รายได้สุทธิหลังรวม* โครงการที่เกิดจากโครงการ (บาท)	ผลตอบแทนจาก การลงทุน (Return of Investment)
ผู้ประกอบการเครื่องมืรายที่ 4	63,400	59.31

จากตารางที่ 2 การประเมินมูลค่าเศรษฐกิจก่อน-หลังการโครงการของผู้ประกอบการรายใหม่ทางด้านการผลิตผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการเครื่องมืรายที่ 4 มีรายได้สุทธิหลังรวม โครงการที่เกิดจากโครงการ 63,400 บาท ตะลุง มีผลการตอบแทนเท่ากับร้อยละ 59.31

อภิปรายผล

ผลการศึกษาให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่จากงานวิจัย และกิจกรรมที่ทางผู้วิจัยได้เพิ่มข้อต่อและลดข้อต่อของห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการผลิตภัณฑ์หนังตะลุง การที่วิสาหกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้นั้น ควรมีการร่วมกันนำทุนทางวัฒนธรรมของในชุมชนและท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการผลิตสินค้าของกลุ่มรวมทั้งต้องได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กำกับดูแลและภาคเอกชนและมีการจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่การวางแผนการจัดการโซ่อุปทาน

ตั้งแต่การเริ่มต้นการผลิตสินค้าจนถึงการส่งมอบสินค้าที่ต้องมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของชนิกานต์ พนมอุปถัมภ์ ในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในประเทศไทย (ชนิกานต์ พนมอุปถัมภ์, 2565) พบว่า ในด้านปัจจัยด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยิ่งย่น ถ้ากลุ่มหรือชุมชนมีวางแผนการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานของกลุ่ม ตรวจสอบวัตถุดิบที่จัดหาที่จะผลิตเองหรือสั่งซื้อ ผลิตสินค้าและกำจัดของเสียโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมการขนส่งสินค้าด้วยวิธีที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีกระบวนการกำจัดสินค้าที่รับคืนโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการสนับสนุนการดำเนินงานที่เหมาะสม จะส่งผลให้เกิดการจัดการวิสาหกิจชุมชนของสินค้าการเกษตรอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นในด้านสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและความพอเพียง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิพนธ์ พัวพงศกร วิจัยเรื่อง โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2553) ที่พบว่าสินค้าบางชนิดมีการเปลี่ยนการจัดการจากระบบดั้งเดิมมาเป็นระบบการจัดการสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและปลอดภัยของผู้บริโภคในประเทศและในตลาดโลกรวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่เพื่อการเพิ่มมูลค่าการผลิตการนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้กับองค์กร โดยใช้ระบบออนไลน์ จึงถือเป็นเครื่องมือที่สามารถประสบความสำเร็จได้

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าเดิม ของผลิตภัณฑ์หนังตะลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ base line (ฐานกิจกรรม) เดิม พบว่า ช่วงต้นน้ำประกอบด้วย supplier (ผู้ผลิต/ขายแผ่นหนัง ร้านขายสี ย้อมหนัง ร้านขายอุปกรณ์) และผู้ผลิตหนัง ซึ่งประเด็นปัญหาต้นน้ำคือปัจจุบันยังขาดกระบวนการ ในการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์หนังตะลุง การหาโอกาสใหม่จากห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่า ที่สร้างการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก ทำด้วยวิธีการจัดการด้วยระบบ Eco-System ได้ 2 ห่วงโซ่อุปทานด้านคุณค่าใหม่ คือ 1) การลดบทบาทข้อต่อ ในห่วงโซ่คุณค่าทั้งนี้งานวิจัยสามารถสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้วิสาหกิจชุมชนแกะหนังตะลุง ลดบทบาทของกลุ่มในการทำการผลิตผลิตภัณฑ์เอง (ผู้จำหน่ายที่ 2) โดยผู้การรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากผู้ประกอบการรายที่ 1 (ผู้จำหน่ายที่ 1) นำไปจำหน่าย ในช่องทางตลาดต่าง ๆ ในงานแสดงสินค้า ทำให้สามารถยกระดับรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ 2) การขยายข้อต่อ ในห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้งานวิจัยสามารถสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้สามารถขยายข้อต่อไปยังผู้ประกอบการเครื่องดนตรีธรรมราช ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในงาน โดยการถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรมของหนังตะลุง ในลวดลายบนวัสดุอื่นที่ไม่ใช่หนังวัว คือ การใช้แผ่นทองแดงตอกลายต่าง ๆ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการรายเดิมผลิตผลิตภัณฑ์หนังตะลุงด้านรายได้ของผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.97 ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 2 อยู่ที่ร้อยละ 55.19 ผู้ประกอบการหนังตะลุงรายที่ 3 มีร้อยละ เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.77 นอกจากนี้โครงการวิจัยยังสามารถสร้างผู้ประกอบการทุนทางวัฒนธรรมด้านผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ให้เกิดมูลค่าขึ้น อยู่ที่ 25,800 คือ ผู้ประกอบการเครื่องดนตรีรายที่ 4 นอกจากนี้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการควรมีการคิดต้นทุนตามกิจกรรม เพื่อการตั้งราคาขายและการทำกำไร ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการแต่ละประเภท ควรตระหนักถึงความเชื่อมโยงกันของห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องและมีความร่วมมือ สนับสนุนการเกิดการเรียนรู้ในกลุ่มกิจการนั้น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพมหานคร.
- จรรยา หยุทอง. (2556). หนังสือสูง ตาหนาคนได้ “โหมอ้ายเท่งอ้ายทอง”. สถาบันทักษิณคดีศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ: สงขลา.
- ชนิกานต์ พนิมอุปถัมภ์. (2565). นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกิจกรรมพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในประเทศไทย. วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 5(2), 64–77.
- ชวน เพชรแก้ว. (2543). หนังสือสูงในประเทศไทย. สถาบันศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี: สุราษฎร์ธานี.
- ชวน เพชรแก้ว. (2551). หนังสือสูงในประเทศไทย : พัฒนาการภูมิปัญญาบทบาทต่อสังคมและความคลี่คลายเปลี่ยนแปลง,” ในก่อนวันตั้งตามเราจะทำอะไรดี. สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ: สงขลา.
- นิพนธ์ พัวพงศกร. (2553). โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย: กรุงเทพมหานคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประเสริฐ รักช่วงศ์. (2548). แนวทางในการฟื้นฟู อนุรักษ์และสืบทอดหนังสือสูง : ฐานที่มั่นสุดท้ายทางวัฒนธรรมของภาคใต้. สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ: สงขลา.
- พิทยา บุขรรัตน์. (2548). “ทะเลสาบสงขลา : ครรภะแห่งหนังสือสูงและโนรา,” ในวันตั้งตาม. สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์, 14(2), 28.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.