



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

Udon Thani Rajabhat University

Journal of Humanities and Social Sciences

Vol.10 No.1 January – June 2021

ISSN 2286-7139

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

วัตถุประสงค์

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นวารสารทางวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม) มีวัตถุประสงค์เพื่อพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใน 6 สาขาวิชา ได้แก่ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ และนิติศาสตร์ ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีและผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์นั้น ล้วนผ่านการประเมิน คุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กำหนดการเผยแพร่

2 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน (กำหนดออกเดือนมิถุนายน)

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม (กำหนดออกเดือนธันวาคม)

สถานที่ติดต่อ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

64 ถ.ทหาร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1702 โทรสาร: 042-241586

เว็บไซต์: <http://rdi.udru.ac.th>

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

อีเมล: hsjournal@udru.ac.th

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญ ถาวรจักร์	อธิการบดี
รองศาสตราจารย์ ดร.น.สพ.ฤทธิ์ชัย พิลาไชย	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย ม่วงปฐม	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตรา ธัญสุนทรสกุล	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตภูมิ ชมพูวิเศษ	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีนุชา สุราช	รองอธิการบดี
ดร.วิบูล เป็นสุข	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา ดุลยพัชร	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
ดร.ศิลปชัย เจริญ	คณบดีคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์
ดร.ปณรัตน์ พิพิชกุล	คณบดีคณะครุศาสตร์
ดร.เอกราช ดีนาง	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุดม จำรัสพันธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
--	---------------------------

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ศาสตราจารย์ พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย	โรงเรียนนายร้อยตำรวจสามพราน
ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ สิมารักษ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.กัลปพฤกษ์ ผิวทองงาม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ไทย สุรภิจวรร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา แสนโกษณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิศรา วัฒนสุนทรสกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฬามาศ จันทศรีสุคต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ดร.สุภัทรา วันเพ็ญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.นิศากร สังวาระนที	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สังวาระนที	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.กริช สมกันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ อดิศักดิ์ สุวรรณวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุศักดิ์ บุญเรือง	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยณรงค์ เครือนวน	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ชัย ชะนูนันท์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา วงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย ร่มเย็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เทพ บุญเรือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีญา ขาวสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตวรรณ คำสม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พวงทอง เพชรโทน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณภา จำปา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐานุช เมฆรา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธวดี พิชัยประโคน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อีสาน นครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ภูมิศักดิ์	วิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรพจน์ มานะสมปอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒน์ชัย ไชยพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเชษฐ เวชวิฐาน

ดร.ทรัพย์ อมรภิญโญ

ดร.สิตางค์ เจริญวงศ์

ดร.ภาวดี ทองนพคุณ ทอยน์

ดร.วรรณภา เหล่าเขตกิจ

ดร.มัลลิกา ดวงภักดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อีสาน นครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อีสาน วิทยาเขตสกลนคร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

คณะกรรมการดำเนินงาน

ดร.เอกราช ดีนาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวดี ยาบุษดี

ดร.ชาลี เกตุแก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูเบศร์ พิพิธหิรัญการ

นางสาวรุ่งใจ แสงทอง

นางสาวสุวรรณี พันธุ์โอภาส

นางสาวณัฐศิริ พงศาพลี

นางกาญจนา มูลอาจ

นางสาวณิชา พันธุ์ควนิชัย

นายไกรทอง โสมศรี

ดร.ปทุมมนัสพงศ์ ปุณประเสริฐ

นางสาวศศิตา พงศาพลี

นายธราดล ปราบภัย

ประธานกรรมการ

รองประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

คณะกรรมการดำเนินงาน

นางพิมพ์พรณ ศรีภูธร	กรรมการ
นายอภิเดช อภิพัฒน์ภาคูล	กรรมการ
นางสาวนัชชา คำบุญมา	กรรมการ
นางสาวชฎารัตน์ วงษ์มีพันธุ์	กรรมการ
นางสาวศิวพร ภูทอง	กรรมการและเลขานุการ
นายรุ่งโรจน์ มีแก้ว	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการตรวจสอบภาษาต่างประเทศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีพร สร้อยน้ำ

พิสูจน์อักษร

นางสาวสุวรรณี พันธุ์โอภาส
นางสาวศิวพร ภูทอง

ออกแบบปก

นายสุริยา ชัยดำรงณ์
นางสาวศศิตา พงศาวิ

ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้
ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ บรรณาธิการ
กองบรรณาธิการ และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ซึ่งความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความ
แต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน

บทบรรณาธิการ

การอ่านบทความทางวิชาการหรือบทความวิจัยเป็นกิจกรรมสำคัญจำเป็นสำหรับผู้ประกอบอาชีพในระดับวิชาชีพ (Profession) เช่น ครู นักบริหาร แพทย์ สถาปนิก วิศวกร เป็นต้น ซึ่งเป็นอาชีพที่ต้องกระทำด้วยปัญญา คือมีทฤษฎี หลักวิชาและงานวิจัยหนุนหลังรองรับการกระทำนั้นๆ จึงทำให้ผู้ประกอบอาชีพระดับนี้ต้องอ่านวารสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำอยู่เป็นประจำ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ได้ตระหนักในเรื่องนี้จึงพยายามคัดสรรบทความทางวิชาการ และบทความวิจัยที่มีคุณภาพ มาจัดพิมพ์เผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยเฉพาะผู้ประกอบอาชีพที่เป็นวิชาชีพทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ศึกษาเรียนรู้และนำไปใช้ในการประกอบอาชีพของตน อันเป็นเจตนารมณ์ที่สำคัญยิ่งของกองบรรณาธิการ

สำหรับวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความจำนวน 12 บทความ ซึ่งเป็นบทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีเนื้อหาที่หลากหลาย เมื่อพิจารณาในเชิงเนื้อหาแล้วล้วนแต่มีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติแทบทั้งสิ้น

การดำเนินงานของวารสารมีอาจบรรลุเจตนารมณ์ได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของกองบรรณาธิการที่พิจารณาคัดเลือกบทความ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาประเมินบทความอีกทั้งเสนอข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์เพื่อให้ได้บทความที่มีคุณภาพ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะทำงานของวารสารที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ ในการทำงานเพื่อให้วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ได้เผยแพร่ผลงานอย่างต่อเนื่อง มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับทางวิชาการ

อุดม จำรัสพันธุ์

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
การสอนทักษะการพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ <i>ประยงค์ กลั่นฤทธิ์</i>	1
การเปลี่ยนแปลงทางดนตรีในจังหวัดอุดรธานีช่วงยุคสงครามเวียดนาม <i>ชนก วรรณกุล</i>	19
การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้าง แรงจูงใจในการเรียนรู้ <i>ยุพดี ทวลอารมณ, จิตาภา อมรางกูร และ วชิราภรณ์ เจริญสะอาด</i>	37
ผันเปลี่ยนหมุนเวียน: ทุนในสังคมอีสานยุคไทยแลนด์ 4.0 <i>ประภาพร สุปัญญา</i>	53
การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน <i>กุลจิต เส็งนา</i>	73
การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ <i>ชนิษฐา ใจเป็ง และ จุริรัตน์ คิตศิริตัน</i>	93
การสร้างตลาดออนไลน์เกษตรกรนาเกลือและนาข้าวเพื่อยกระดับมูลค่า และคุณค่า ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ “วิถีวิธบ้านดุง” <i>อเสข ชันธวิชัย</i>	109
ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพร ในการดูแล สุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการ ในโรงพยาบาลห้วยแก้ว จังหวัดอุดรธานี <i>ศักดิ์ชาย ขัตติยา, สุรียา พองเกิด, และ พัชรินทร์ สันตยาการ</i>	127

สารบัญ

	หน้า
ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย <i>เนติวรรณ ดวงศรี, เกรียงศักดิ์ โชติจรุงเกียรติ, จีระศักดิ์ ดิษฐพลพันธ์, ธิตี เตชะไพโรจน์ และ จุฑามาศ นันทโพธิเดช</i>	145
การรับรู้ของภาคีการท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน <i>ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ</i>	159
การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียด ที่พยากรณ์การจัดการความเครียด ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร <i>เครือมาศ ชาวไร่เงิน, เบญจวรรณ บุญยะประพันธ์ และ ชนิดดา เพ็ชรประยูร</i>	179
ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ในกรุงเทพมหานคร <i>วิรัชญา ศรีบุญเรือง, ธนรัตน์ นิลวัฒนา, ศิริโสภา สำราญสุข, กนกพร อนิรัถย์, ศานสันต์ รักแตงาม และ ปวีณา สปีลเลอร์</i>	195

การสอนทักษะการพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ

TEACHING ENGLISH SPEAKING IN EFL CONTEXT

ประยงค์ กลั่นฤทธิ์*

Prayong Klanrit*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

The Faculty of Graduate Studies, Udon Thani Rajabhat University

Received: 26 November 2020

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การพูดเป็นทักษะหนึ่งในทักษะทางภาษาอันได้แก่ การฟัง พูด อ่านและเขียน และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการสอนภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ ครูผู้สอนจำเป็นต้องมีความรู้ในการสอนทักษะการพูด โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญในการสอนพูด ตลอดจนกิจกรรมการสอนพูดภายในห้องเรียน ซึ่งผู้สอนต้องสร้างโอกาสให้กับนักเรียนในการฝึกฝนการพูดภาษาอังกฤษโดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนอันมีกิจกรรมคู่ (pair work) และกิจกรรมกลุ่ม (group work) อันจะทำให้เกิดความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ: การสอนทักษะการพูดภาษาอังกฤษ, ภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ, กิจกรรมการสอนพูด

Abstract

Speaking is one of the four language skills (listening, speaking, reading and writing) that plays an important role in communication effectively. In particular in teaching English in English as a foreign language (EFL context), teachers of English need to know how to teach speaking, not only the components

* ผู้ประสานงาน: ประยงค์ กลั่นฤทธิ์

อีเมล: pklanrit@hotmail.com

in teaching speaking, but also the activities employed in the classroom. That the teacher needs to provide the students opportunities in practicing speaking through the interaction using pair work and group work among the learners to encourage confidence in speaking English.

Keywords: teaching English speaking skill, English in EFL context, speaking activities

บทนำ

การพูด เป็นทักษะที่สำคัญประการหนึ่งในบรรดาทักษะทางภาษาที่ประกอบด้วย การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน สำหรับทักษะการพูดนั้น หมายถึง กระบวนการสร้างและแบ่งปันความหมายโดยการใช้ภาษาพูดและภาษากาย ในบริบทที่หลากหลาย (Chaney & Burke, 1998) การพูดเป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งในการเรียนการสอนภาษาที่สองเพราะผู้เรียนต้องการพัฒนาความสามารถในการพูดเพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งๆ ที่มีความสำคัญ แต่ในหลายปีที่ผ่านมา การสอนพูดภาษาอังกฤษในห้องเรียนภาษาไม่ได้รับความสนใจจากผู้สอนภาษาอังกฤษ ผู้สอนเหล่านั้นยังคงสอนพูดภาษาอังกฤษโดยการฝึกฝนหรือท่องจำบทสนทนา อย่างไรก็ตาม โลกในปัจจุบันต้องการที่จะมีเป้าหมายในการสอนพูดภาษาอังกฤษ โดยให้ผู้เรียนมีทักษะในการสื่อสาร เพราะด้วยวิธีนี้เท่านั้นที่ผู้เรียนจะสามารถแสดงความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ และเรียนรู้ที่จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาได้อย่างเหมาะสมในโอกาสในการสื่อสารแต่ละครั้ง ดังนั้นในการสอนพูดภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียนที่เรียนภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ กิจกรรมการพูดมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้ผู้สอนภาษาอังกฤษสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนภาษาในห้องเรียนได้อย่างมั่นใจ พร้อมกันนั้นยังมีข้อเสนอแนะแก่ผู้สอนที่สอนการพูดภาษาอังกฤษด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่ออธิบายและนำเสนอเทคนิคและวิธีสอนทักษะการพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ
- 2) เพื่อเสนอแนะแนวการสอนทักษะพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศแก่ครูสอนภาษาอังกฤษ

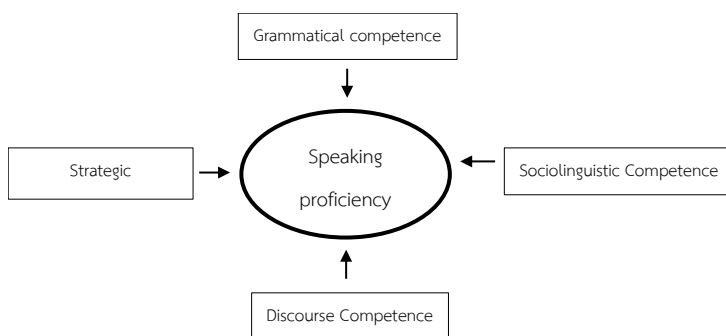
บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกเป็นยุค digital age หรือยุคที่สามารถสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล ทักษะการพูดเป็นทักษะหนึ่งใน 4 ทักษะทางภาษา ฟัง พูด อ่านและเขียนที่จำเป็นต้องใช้ในการสื่อสาร ดังที่ Ur (1996) กล่าวว่า ทักษะการพูดเป็นทักษะหนึ่งที่สำคัญในการเรียนภาษาการเรียนภาษาอังกฤษในบริบทของประเทศไทยเป็นการสอนภาษาในฐานะภาษาต่างประเทศ กล่าวคือผู้เรียนเรียนภาษาอังกฤษในห้องเรียน โดยครูไทยเป็นผู้สอน ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักเรียนไทยเรียนภาษาอังกฤษมาหลายปี แต่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ ทั้งนี้เพราะนักเรียนไทยขาดความมั่นใจในการเรียนภาษาอังกฤษ มีความกังวลว่าจะพูดผิด (Trent, 2009) นอกจากนี้การเรียนการสอนภาษาใช้ภาษาไทยสอน โดยครูชาวไทยซึ่งนำไปสู่การใช้ภาษาที่ไม่เป็นธรรมชาติ และไม่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเรียน นักเรียนไทยมีโอกาสน้อยในการพูดได้ตอบกับเจ้าของภาษา แม้ว่าในปัจจุบันจะมีจำนวนครูชาวต่างประเทศมากขึ้นกว่าเดิมก็ตาม แต่นักเรียนไทยยังมีขีดจำกัดในการใช้ภาษาอังกฤษอย่างแท้จริงกับเจ้าของภาษา การสอนพูด ภาษาอังกฤษจึงมีบทบาทสำคัญในการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือในฐานะเป็นภาษา ต่างประเทศ ที่เป็นเช่นนี้เพราะนักเรียนจำนวนมากต้องการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Richards and Renandya (2002) ที่กล่าวว่า ผู้เรียนภาษาอังกฤษจำนวนมากต้องการพัฒนาประสิทธิภาพในการพูด ยิ่งไปกว่านั้น นักเรียนที่เรียนภาษาอังกฤษให้ประสบผลสำเร็จต้องสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ (Riggenbach & Lazaraton, 1991) ดังที่ Goh & Burns (2012) กล่าวว่า ในสถานการณ์การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ การวางแผนกิจกรรมการเรียนจะช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะการพูดที่สามารถพัฒนาการเรียนภาษาในภาพรวม ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้นต้องให้เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน อันจะทำให้สามารถพูดได้อย่างคล่องแคล่ว ถูกต้องตามหลักภาษาและการออกเสียง

ความสามารถในการสื่อสารในการสอนภาษาของครูหรือนักเรียน

การเรียนพูดภาษาอังกฤษนั้นไม่เพียงแต่มีความรู้ด้านไวยากรณ์และกฎเกณฑ์โครงสร้างประโยค แต่นักเรียนต้องรู้ว่าเจ้าของภาษาใช้ภาษาในบริบทอย่างไรในการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความสามารถในการใช้ภาษาพูดต้องการความสามารถในการใช้

ภาษาให้เหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Shumin, 2002) จากความสำคัญของแนวคิดเรื่องความสามารถในการสื่อสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนภาษาหลายท่าน เช่น Canale & Swain (1980) และ Hymes (1972) ได้อธิบายธรรมชาติของแนวคิดนี้ โดย Hymes (1972) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการสื่อสารประกอบด้วย การปฏิสัมพันธ์ระหว่างไวยากรณ์ จิตวิทยาด้านภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์สังคม และองค์ประกอบด้านความเป็นไปได้ สำหรับ Canale & Swain (1980) ความสามารถด้านการสื่อสารประกอบด้วย ความสามารถด้านไวยากรณ์ ความสามารถด้านการสนทนา ความสามารถด้านภาษาศาสตร์สังคม และความสามารถด้านกลยุทธ์การสื่อสาร ในบริบทของการเรียนภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่ง Shumin (2002) ได้แสดงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านดังในรูปภาพที่ 1



ภาพที่ 1 Speaking proficiency and discourse the components of communicative competence (Shumin, 2002)

จากรูปภาพ จะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพในการพูดภาษาอังกฤษขึ้นอยู่กับความสามารถใน 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบที่ 1 ได้แก่ความสามารถด้านภาษาศาสตร์ ซึ่ง Savignon (1983) กล่าวว่า เป็นความสามารถที่ใช้หลักเกณฑ์ทางภาษาศาสตร์ได้อย่างดี สามารถจำคำศัพท์ วลี โครงสร้างประโยค และการออกเสียงเพื่อให้สามารถสร้างคำและประโยคได้ ความสามารถด้านไวยากรณ์จะทำให้ผู้พูดใช้และเข้าใจโครงสร้างทางภาษาได้อย่างแม่นยำซึ่งส่งผลให้สามารถพูดได้อย่างคล่องแคล่ว

ความสามารถด้านภาษาศาสตร์สังคมต้องการความเข้าใจบริบทที่ใช้ภาษานั้น บทบาทของผู้ร่วมสนทนา ข้อมูลที่บุคคลทั้งสองแลกเปลี่ยนกัน และหน้าที่ของการปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Savignon, 1983) ความสามารถนี้จะช่วยเตรียมผู้พูดใช้ภาษาเป้าหมายได้

อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม ภาษาที่ใช้ต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์และธรรมเนียมปฏิบัติตามความเป็นจริงของภาษาพูด (Shumin, 2002) ความเข้าใจภาษาศาสตร์สังคมช่วยให้ผู้พูดรู้ว่าควรใช้ภาษาอย่างไรให้เหมาะสม จะใช้คำถามอย่างไร และจะตอบคำถามอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพูด

นอกจากนี้ผู้เรียนยังต้องพัฒนาความสามารถด้านการสนทนา ซึ่งเกี่ยวกับการเปล่งเสียงประโยคออกมาเป็นชุดให้สัมพันธ์กัน เพื่อทำให้มีความหมายทั้งหมดสื่อสารได้ (Savignon, 1983) การเป็นผู้พูดที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ด้านโครงสร้างประโยคและคำเชื่อมโยงในการแสดงความคิดเห็น ในการนี้ ผู้เรียนอาจต้องมีการฝึกกันพูดโต้ตอบในการสื่อสาร (Shumin, 2002) องค์ประกอบประการที่สามคือ กลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่ง Savignon (1983) กล่าวว่า ในการใช้ทั้งสามองค์ประกอบดังกล่าว องค์ประกอบนี้จะช่วยให้เกิดกลยุทธ์การเอาตัวรอด กล่าวคือ หมายถึงในขณะที่พูด การใช้กลยุทธ์สื่อสารจะทำให้การสนทนาดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ดังที่ Brown & Yule (1999) กล่าวว่า การพูดต้องมีความสัมพันธ์ทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยในขณะที่มีการให้ข้อมูลและความคิดในขณะที่พูด กิจกรรมการพูดมักต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลสองถึงสามคนในการปฏิสัมพันธ์กัน ดังนั้นกฎเกณฑ์สำคัญในการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารคือ การปฏิสัมพันธ์ (Shumin, 2002) ในทำนองเดียวกัน ผู้เรียนจะเรียนภาษาได้เร็วโดยการปฏิสัมพันธ์และใช้ภาษาในโลกของความเป็นจริง

การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching : CLT) เป็นแนวคิดในการสอนภาษาที่มุ่งเน้นความสำคัญของตัวผู้เรียน ให้ผู้เรียนได้ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้จริง มีการจัดลำดับการเรียนรู้เป็นขั้นตอนตามกระบวนการใช้ความคิดของผู้เรียน ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างความรู้ทางภาษา ทักษะทางภาษา และความสามารถในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้านภาษาไปใช้ในการสื่อสาร ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอน ครูผู้สอนต้องคำนึงถึงการให้ผู้เรียนได้สื่อสารในชีวิตจริง กิจกรรมและภาระงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจริง สื่อที่ใช้ก็เป็นสื่อจริง แต่ก็ไม่ได้ละเลยความรู้ด้านไวยากรณ์ เมื่อเกิดความผิดพลาดทางด้านไวยากรณ์เพียงเล็กน้อย แต่ยังสามารถสื่อสารได้ ครูผู้สอนไม่ควร ขัดจังหวะโดยการแก้ไขให้ถูกต้องทันที ควรแก้ไขเมื่อความผิดพลาดนั้นทำให้เกิดความไม่เข้าใจหรือสื่อสาร ไม่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Davies & Pearse, 2000; Richards, 2006)

นอกจากนี้ Canale & Swain (1980) ได้แยกองค์ประกอบของความสามารถในการสื่อสารไว้ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความสามารถทางด้านไวยากรณ์หรือโครงสร้าง (Linguistic and Grammatical competence) หมายถึงความรู้ด้านภาษา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ โครงสร้างของคำ ประโยค ตลอดจน การสะกดและการออกเสียง

2. ความสามารถด้านสังคม (Sociolinguistic competence) หมายถึงการใช้คำ และโครงสร้าง ประโยคได้เหมาะสมตามบริบทของสังคม เช่น การขอโทษ การขอบคุณ การถามทิศทางและข้อมูลต่างๆ และการใช้ประโยคคำสั่ง เป็นต้น

3. ความสามารถในการใช้โครงสร้างภาษาเพื่อสื่อความหมายด้านการพูด และเขียน (Discourse competence) หมายถึง ความสามารถในการเชื่อมระหว่างโครงสร้างภาษา (Grammatical form) กับ ความหมาย (Meaning) ในการพูดและเขียนตามรูปแบบ และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

4. ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร (Strategic competence) หมายถึง การใช้ เทคนิคเพื่อให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการสื่อสารด้านการพูด เช่น การใช้ภาษาท่าทาง (body language) การขยายความโดยใช้คำศัพท์อื่นแทนคำที่ผู้พูดนึกไม่ออก เป็นต้น จากแนวคิดข้างต้น การสอนภาษาตามแนวทางการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารนั้นเน้นการใช้ภาษาของผู้เรียนมากกว่าเน้นโครงสร้างทางไวยากรณ์ แต่ก็ไม่ได้ละเลยโครงสร้างทางไวยากรณ์ เพียงแต่นำหลักไวยากรณ์เหล่านี้ไปใช้เพื่อการสื่อความหมาย หรือการสื่อสาร จึงเป็นการให้ความสำคัญกับความคล่องแคล่วในการใช้ภาษา (fluency) และความถูกต้อง (accuracy) ด้วย ดังนั้นการเรียนการสอนแนวนี้จะต้องเน้นการทำกิจกรรมเพื่อการฝึกฝนการใช้ภาษาให้ใกล้เคียงสถานการณ์จริงมากที่สุด (Littlewood, 1981; Larsen-Freeman, 2002)

นอกจากนี้ Richards (2006) ได้เสนอวิธีการสอนเพื่อการสื่อสารอีก 2 วิธี ที่เน้นกระบวนการ คือ แนวการสอนภาษาโดยใช้เนื้อหาเป็นฐาน Content-Based Approach (CBA) และแนวการสอนที่ยึดภาระงานเป็นฐาน Task-Based Instruction (TBI) โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) แนวการสอนภาษาโดยใช้เนื้อหาเป็นฐาน (Content-Based Approach) เป็นแนวการสอนที่เน้นเนื้อหาสาระการเรียนรู้มาบูรณาการกับจุดหมายของการสอนภาษา กล่าวคือ ให้ผู้เรียนใช้ภาษาเป็นเครื่องมือ ในการเรียนรู้ และในขณะเดียวกันก็พัฒนาการใช้ภาษาเพื่อ

การสื่อสารไปด้วย ดังนั้น การคัดเลือกเนื้อหาที่นำมาให้ผู้เรียนได้เรียนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเนื้อหาที่คัดเลือกมาจะต้องเอื้อต่อการบูรณาการ การสอนภาษาทั้ง 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด อ่าน เขียน นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนากระบวนการคิด วิเคราะห์ สามารถติดตาม ประเมินข้อมูลของเรื่อง และพัฒนาการเขียนเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง นั้น ๆ ได้ ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ภาษาในลักษณะองค์รวม (Whole Language Learning)

2) แนวการสอนที่ยึดภาระงานเป็นฐาน (Task-Based Approach) เป็นการเรียนรู้ภาษาที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในขณะที่ทำภาระงานให้สำเร็จ ความรู้ด้านคำศัพท์และโครงสร้างจะเป็นผลที่ได้จากการฝึก ใช้ภาษาในขณะที่ทำกิจกรรม เพราะเชื่อว่าการเรียนรู้ภาษาเกิดจากกระบวนการที่นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติงานจนลุล่วงตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ (Willis, 1996) การจัดการเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน มีจุดมุ่งหมาย 4 ประการ คือ 1) เพื่อให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารและในการปฏิบัติภาระงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นผลสำเร็จ 2) เพื่อให้สามารถนำความรู้และประสบการณ์ทางภาษาที่ได้รับไปใช้ในชีวิตจริงได้ 3) เพื่อพัฒนาทักษะการคิดโดยผ่านกระบวนการปฏิบัติภาระงาน 4) เพื่อให้สามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

การสอนพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ

แม้ว่าได้มีความพยายามในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทย ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ดังที่ Foley (2005) กล่าวว่า ข้อจำกัดของการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยคือ ขาดการมีหลักสูตรที่เหมาะสม การสอนไม่น่าสนใจเพราะเน้นสอนไวยากรณ์เป็นส่วนใหญ่ ตัวนักเรียนเอง อุปกรณ์การสอน บทเรียนและตำราไม่เหมาะสม รวมทั้งการทดสอบและการประเมิน เนื่องจากการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยเป็นการสอนอังกฤษในฐานะเป็นภาษาต่างประเทศ การได้มีโอกาสใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริงเป็นสิ่งที่มีข้อจำกัดอย่างยิ่ง (Khamkhien, 2010) ดังนั้นการสอนภาษาอังกฤษจึงไม่มีการใช้ภาษาอังกฤษสอน ยิ่งไปกว่านั้น ครูไทยส่วนใหญ่ที่สอนภาษาอังกฤษในทุกะดับมีคุณสมบัติด้านการสอนภาษาอังกฤษไม่เพียงพอ (Yunibandhu, 2004) ในเรื่องของวิธีสอนภาษาอังกฤษ ครูยังใช้วิธีสอนแบบดั้งเดิม นั่นคือ สอนแบบแปล ฝึกพูดตามแบบกระสวน (speaking pattern) และท่องจำ (memorization) ซึ่งทั้งสองวิธีนี้ ไม่ตอบสนองต่อการปฏิรูปการศึกษาของประเทศ ดังนั้นจึงได้มีการเสนอวิธี

สอนภาษาแบบใหม่ที่สามารถช่วยผู้เรียนเรียนภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือ การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (CLT) ที่ได้รับการสนับสนุนจากผลการวิจัยที่มีประสิทธิภาพจากกลุ่มประเทศตะวันตก (Fotos, 2002; Saengboon, 2004) แม้ว่าการเรียนการสอนภาษาในห้องเรียน ครูจะเป็นผู้สอนและนักเรียนจะเป็นผู้ตอบตามที่กำหนดให้ แต่ภาษาไม่ใช่ภาษาที่ใช้อย่างแท้จริงในโลกแห่งความเป็นจริง นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่กล่าวว่า ครูไม่เข้าใจว่าจะสร้างกิจกรรมการสอนพูดอย่างไร ดังนั้นครูจึงประสบปัญหาในการเลือกเนื้อหา เอกสารและกิจกรรมที่จะนำมาพัฒนาทักษะการพูด อันเป็นสิ่งสำคัญในการสอนพูดภาษาอังกฤษของ Bilasha and Kwangsawad (2004) ดังนั้นในบริบทการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ การสอนทักษะการพูด หมายถึง การสอนนักเรียนให้มีความสามารถ ดังนี้ 1) ออกเสียงภาษาอังกฤษและรูปแบบของเสียง 2) ใช้คำและประโยคโดยลงเสียงหนักเบา รูปแบบการออกเสียงขึ้นลงและจังหวะของภาษานั้น 3) เลือกใช้คำและประโยคให้เหมาะสมตามสถานการณ์ทางสังคมที่ปรากฏ ผู้ฟัง สถานการณ์และเนื้อหาของการพูด 4) เรียบเรียงความคิดอย่างมีความหมายและเรียงลำดับอย่างมีเหตุผล 5) ใช้ภาษาเป็นสื่อในการแสดงคุณค่าและการตัดสินใจ 6) ใช้ภาษาได้อย่างรวดเร็วและอย่างมั่นใจ ซึ่งอาจมีการหยุดตามธรรมชาติบ้าง ซึ่งก็คือ พูดได้อย่างคล่องแคล่ว (Nunan, 2003)

กล่าวโดยสรุป การพูดเพื่อสื่อสารถือเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการสอนภาษาที่ใช้ โดยความเป็นจริงแล้วทักษะการพูดมักถูกละเลยในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียน จะเห็นได้ว่าทักษะการพูดนี้นำข่าวสารสู่คนอื่น และยังได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นด้วย ในส่วนต่างๆ ของบทความจะเป็นการสอนพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศไทย กิจกรรมการพูดภาษาอังกฤษ และข้อเสนอแนะสำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ

1. จะสอนการพูดภาษาอังกฤษอย่างไร นักภาษาศาสตร์และครูสอนภาษาได้มีความเห็นพ้องกันว่า นักเรียนที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง หรือในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศต้องเรียนโดยมีการ “ปฏิสัมพันธ์ (Interaction)” การสอนภาษาเพื่อการสื่อสารและการเรียนแบบร่วมมือเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ในเรื่องนี้ เพราะการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในชีวิตจริงที่คนในสังคมต้องการการสื่อสารซึ่งกันและกัน ในการใช้วิธีเหล่านี้ นักเรียนจะมีโอกาสในการสื่อสารต่อเพื่อนร่วมชั้นและบุคคลอื่นโดยใช้ภาษาเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้หมายถึงภาษาอังกฤษนั่นเอง กล่าวโดยสรุป ครูผู้สอนภาษาอังกฤษในบริบท

เป็นภาษาต่างประเทศจึงต้องสร้างสิ่งแวดล้อมภายในห้องเรียน ที่จะทำให้นักเรียนได้ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกิจกรรมที่เป็นจริง และภาระงานที่มีความหมายเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนได้มีโอกาสพูดภาษาอังกฤษจริงๆ ซึ่งภาระงานที่ครูสร้างขึ้นจะบรรลุเป้าหมายเมื่อนักเรียนฝึกฝนการพูดภาษาอังกฤษเป็นคู่ (pairwork) หรือเป็นกลุ่ม (group work)

2. กิจกรรมที่ส่งเสริมการพูดภาษาอังกฤษ (ประยงค์ กลั่นฤทธิ์, 2556) มีดังนี้

2.1 การแลกเปลี่ยนข้อมูล (Information-gap) เป็นกิจกรรมที่นักเรียนต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ซึ่งแต่ละฝ่ายยังขาดข้อมูลบางส่วน ดังนั้นทั้งสองฝ่ายต้องผลิตคำถามและตอบเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะทำให้ภาระงานสมบูรณ์ กิจกรรมนี้มี 2 แบบ ได้แก่

2.1.1 One-way Information-gap เป็นกิจกรรมที่นักเรียนคนแรกถามข้อมูล ที่นักเรียนคนที่สองมี เช่น

Student A

- Can I have your name, please?
- How old are you?
- What grade are you studying?
- Which subject do you like most?

Student B

- Somchai
- 12
- Grade 7
- English

ภาพที่ 1 Students A & B 's Information

2.1.2 Two-way Information-gap เป็นกิจกรรมที่นักเรียนทั้งสองคนมีข้อมูลที่ไม่เหมือนกัน ทั้งสองฝ่ายต้องพยายามแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์ เช่น

ตารางที่ 1 A's Information

Person's Name	From	Occupation	Weekends	Movies
1. Jill (female)		doctor		romance
2.		professor	go fishing	
3. Jared (male)	Cincinnati			action
4.	Cleveland	banker	play cards	
5. Janet (female)	Dayton			

ตารางที่ 2 B's Information

Person's Name	From	Occupation	Weekends	Movies
1.	Toledo		relax at home	
2. Jason (male)	Columbus			horror
3.		mechanic	play baseball	
4. Jenny (female)				drama
5.		lawyer	read novels	comedy

Sample Questions:

What is the first person's name?

How do you spell it?

Where is he/she from?

What is his/her occupation

What does he/she do on weekends?

What kind of movies does he/she like?

2.2 บทบาทสมมุติ (Role-play) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยให้นักเรียนได้ฝึกพูดภาษาอังกฤษในห้องเรียน นักเรียนแสดงเป็นบุคคลอื่นๆในหลายบริบททางสังคมและมีหลายบทบาท ในการทำกิจกรรมบทบาทสมมุติ ครูจะให้ข้อมูลแก่นักเรียน เช่นเป็นใคร คิดเป็นอย่างไร เป็นต้น ดังนั้นครูอาจบอกว่า เธอเป็น Tom แล้วไปหาหมอเพื่อบอกว่าเป็นอะไร และเกิดอะไรขึ้นเมื่อคืนนี้ เป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนได้แสดงบทบาทตามที่ครูกำหนดไว้ในสถานการณ์ต่างๆ ในการทำกิจกรรมนี้ ครูจะสร้าง Role Card ของตัวละครแต่ละตัวพร้อมข้อความที่ต้องแสดง เช่น

Role Card A

You are a working man/woman who has a large family. You are at work. Your boss wants to talk with you.

Role Card B

You are a manager. You have an employee that hasn't been performing well. He/she is often late. He/she also spends a lot of time checking his/her private emails and strange websites instead of doing work. Yesterday, you caught her/him sleeping at his/her desk. Please fire the employee (in a nice way).

ภาพที่ 2 Role Card A & B

2.3 การอภิปราย (Discussion) การอภิปราย นักเรียนอาจมีเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อสรุป การแบ่งปันความคิดเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆ หรือหาทางออกในการอภิปรายกลุ่ม ก่อนเริ่มการอภิปราย ครูต้องตั้งจุดประสงค์ของการอภิปรายก่อน เพื่อให้ประเด็นที่จะอภิปรายสอดคล้องและเป็นไปในทางเดียวกัน ตัวอย่างเช่น นักเรียนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการอภิปรายว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ในการอภิปรายรูปแบบนี้ ครูต้องแบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มละ 4-5 คน และให้หัวข้อที่จะอภิปราย เช่น “คนเรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่ออ่านหนังสือ กับ คนเรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อเขาเดินทางท่องเที่ยว” จากนั้นสมาชิกในแต่ละกลุ่มช่วยกันค้นคว้า และแสดงความคิดเห็น โดยมีการกำหนดเวลาให้ จากนั้นทุกกลุ่มนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายต่อชั้นเรียน ในการนำเสนอ นักเรียนในกลุ่มต้องมีส่วนในการพูดนำเสนอ ในตอนท้ายครูจะมีการประกาศว่า กลุ่มใดอภิปรายได้ดีและเหมาะสมที่จะเป็นกลุ่มผู้ชนะ ในกิจกรรมนี้เป็นการฝึกให้นักเรียนได้คิดวิเคราะห์และตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และตัวนักเรียนเองต้องเรียนรู้ที่จะแสดงความคิดเห็นและพูดแสดงความเห็นอย่างสุภาพเมื่อไม่เห็นด้วยกับความคิดของอีกกลุ่มหนึ่ง ข้อเสนอแนะในการทำกิจกรรมนี้ คือ ไม่ควรให้

นักเรียนมีจำนวนมากเกินไปในแต่ละกลุ่ม เพราะนักเรียนบางคนอาจนั่งเงียบ ไม่ช่วยแสดงความคิดเห็นต่อกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่มอภิปรายไม่ควรเป็นสมาชิกคนเดิม ควรสลับเปลี่ยนไปเพื่อให้นักเรียนจะได้เรียนรู้กับการร่วมงานกับสมาชิกคนอื่นๆ ในขณะเดียวกัน นักเรียนต้องพยายามที่จะถามคำถาม ปรับความคิด แสดงความคิดเห็นในการสนับสนุนแนวคิด หรือตรวจสอบเพื่อความชัดเจนของข้อมูลที่ได้ เป็นต้น

2.4 สถานการณ์จำลอง (Simulations) กิจกรรมนี้คล้ายคลึงกับกิจกรรมบทบาทสมมุติมาก แต่ที่แตกต่างจากบทบาทสมมุติคือ มีการวางแผนอย่างละเอียดลออกว่า ในกิจกรรมนี้ นักเรียนสามารถนำสิ่งของเข้ามาในห้องเรียนเพื่อสร้างสถานการณ์ให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง เช่น ถ้านักเรียนจะแสดงเป็นนักร้อง นักเรียนก็จะนำไมโครโฟนเข้ามาประกอบด้วย เป็นต้น ทั้งกิจกรรมบทบาทสมมุติและSimulation มีประโยชน์หลายด้าน ประการแรกกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักเรียนสนุกสนานและสร้างความสนใจให้นักเรียนอยากร่วมทำกิจกรรม ประการที่สองคือ การทำกิจกรรมนี้ช่วยเพิ่มความมั่นใจในตนเองในการพูดภาษาอังกฤษโดยเฉพาะนักเรียนที่ลังเลที่จะพูด เพราะในการทำกิจกรรมเหล่านี้ นักเรียนได้มีโอกาสแสดงหลายบทบาทและไม่ได้พูดเพื่อตนเอง แต่ได้แสดงเป็นหลายบทบาท

2.5 การระดมสมอง (Brainstorming) กิจกรรมระดมสมอง เป็นกิจกรรมที่นักเรียนสามารถแสดงความคิดเห็นต่อหัวข้อที่กำหนดให้ในเวลาอันจำกัด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท นักเรียนแต่ละคนหรือเป็นกลุ่มระดมสมองและความคิด นักเรียนคนอื่นๆก็จะให้ความคิดอย่างรวดเร็วและมีอิสระ คุณลักษณะที่ดีของกิจกรรมนี้ คือนักเรียนจะไม่วิพากษ์วิจารณ์ความคิดของคนอื่น ดังนั้นนักเรียนทุกคนมีอิสระที่จะแบ่งปันความคิดของตนเองต่อคนอื่นๆ

2.6 การเล่าเรื่อง (Storytelling) กิจกรรมการเล่าเรื่อง เป็นกิจกรรมที่นักเรียนสามารถสรุปนิทานหรือเรื่องที่ได้อ่านจากคนอื่น หรือนักเรียนอาจสร้างเรื่องขึ้นมาแล้วเล่าสู่เพื่อนร่วมชั้นฟัง กิจกรรมนี้จะกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้นักเรียนแสดงความคิดในรูปของการเริ่มต้น การพัฒนาเรื่อง และตอนจบของเรื่อง รวมทั้งตัวละครและฉากประกอบ การเล่าเรื่องที่ต้องมี นักเรียนอาจหาปริศนาหรือนิทานตลกมาเล่า ตัวอย่างเช่น ครูให้นักเรียนเล่าเรื่องในตอนต้นของการเรียน แล้วอาจให้นักเรียนอีกคนหนึ่งเสริมการเล่าเรื่องนั้นๆ กิจกรรมนี้จะทำให้นักเรียนได้มีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ โดยการคิดด้วยตนเองอย่างสร้างสรรค์ได้

2.7 การสัมภาษณ์ (Interviews) การสัมภาษณ์เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียน นักเรียนอาจคิดหัวข้อที่จะสัมภาษณ์กับหลายๆบุคคล ครูอาจให้ตัวอย่างของคำถามที่จะสัมภาษณ์ แล้วให้นักเรียนคิดประโยคคำถามไว้ ในการสัมภาษณ์นั้นนักเรียนจะมีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ ไม่เพียงแต่พูดภาษาอังกฤษในชั้นเรียนเท่านั้น แต่การฝึกพูดนอกชั้นเรียนจะช่วยให้นักเรียนเรียนรู้และรู้จักเข้าสังคมได้เป็นอย่างดี หลังจากการสัมภาษณ์ นักเรียนจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มานำเสนอต่อชั้นเรียน ถ้าทำงานเป็นคู่หรือเป็นกลุ่ม นักเรียนก็จะได้ฝึกการแนะนำเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมทีมด้วย

2.8 การเติมข้อความเพื่อให้เรื่องสมบูรณ์ (Story Completion) กิจกรรมการเติมคำหรือข้อความเพื่อให้เนื้อเรื่องมีใจความสมบูรณ์ เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน สามารถทำกิจกรรมทั้งชั้น พูดได้อย่างเสรี โดยให้นักเรียนนั่งเป็นวงกลม โดยครูเป็นผู้เริ่มต้นเล่าเรื่องแต่พอเล่าไปได้ 2-3 ประโยค ครูหยุดเล่าเรื่อง จากนั้นให้นักเรียนแต่ละคนเริ่มเล่าเรื่องต่อจากที่ครูได้เริ่มไว้ นักเรียนแต่ละคนเล่าเติมคนละประโยค สองประโยค จนครบ 10 ประโยค ในขณะที่เล่าเรื่อง นักเรียนอาจเพิ่มตัวละครขึ้นมา เหตุการณ์ใหม่ๆ การพรรณนาฉาก เป็นต้น

2.9 การรายงาน (Reporting) การรายงาน เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ส่งเสริมให้นักเรียนได้มีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษ โดยครูให้งานแก่นักเรียนให้ไปหาข่าวจากหนังสือพิมพ์ แล้วนำมาเล่าให้เพื่อนฟัง หรือให้นักเรียนรายงานสิ่งที่นักเรียนได้พบเห็นที่มีคุณค่าแก่เพื่อนๆ เช่น ไปเที่ยวชายทะเล และพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ เป็นต้น

2.10 การเล่าเรื่องจากภาพ (Picture Narrating) การเล่าเรื่องจากภาพ เป็นกิจกรรมที่ครูนำรูปภาพเป็นชุดที่เรียงลำดับเหตุการณ์ต่อเนื่องกัน มาให้นักเรียนฝึกเล่าเรื่องตามรูปภาพ กิจกรรมนี้ส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ในการเชื่อมโยงเรื่องจากรูปภาพที่ครูกำหนดให้

2.11 การบรรยายภาพ (Picture Describing) การบรรยายภาพ เป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนพรรณนาหรือบรรยายรูปภาพที่นักเรียนสนใจ โดยครูให้นักเรียนทำงานเป็นกลุ่มในการคิดข้อความที่จะบรรยายรูปภาพนั้น กิจกรรมนี้ส่งเสริมให้นักเรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการในการสร้างประโยคที่จะพรรณนา และยังเป็นกิจกรรมที่ฝึกพูดต่อสาธารณชนด้วย

2.12 การหาความแตกต่าง (Find the Differences) การหาความแตกต่าง เป็นกิจกรรมคู่ ฝึกทักษะในการพูดโต้ตอบเพื่อหาความแตกต่างของรูปภาพ 2 รูปที่คล้ายกัน

นักเรียนต้องตั้งคำถามเพื่อถามนักเรียนอีกคนหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ว่า ข้อแตกต่างในสองรูปภาพมีกี่แห่ง อะไรบ้าง เช่น

A Cozy Workspace

The home workspace is something many of us have gotten used to in 2020. This puzzle shows a pair of well-decorated offices that are just slightly different from one another. Again, there are five differences for you to find.



ภาพที่ 3 A Cozy Workspace

ที่มา: <https://www.thedelite.com>spot-th-difference> (Davis, 2020)

คำอธิบาย

The chair had its connecting supports removed. 2. The lowest shelf has a new plant on it. 3. The picture on the desk was flipped upside down. 4. A new shelf was added to the wall on the right. 5. The cactus that was below the painting is now gone.

กิจกรรมทั้ง 12 กิจกรรมนี้มีประสิทธิภาพในการเพิ่มพูนความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสอนพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ เพราะเป็นสิ่งที่ครูผู้สอนสามารถสร้างกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกฝนพูดภาษาอังกฤษในรูปแบบที่หลากหลาย อันจะสามารถทำให้นักเรียนมีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับครูในการสอนพูดภาษาอังกฤษ

- 1) ให้โอกาสแก่นักเรียนในการพูดภาษาอังกฤษ โดยส่งเสริมและสนับสนุนสิ่งแวดล้อมในห้องเรียนที่ประกอบด้วยการทำงานแบบร่วมมือ ภาระงานและเอกสารการสอน ตลอดจนการแบ่งปันความรู้
- 2) พยายามให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการพูด โดยให้มีการฝึกฝนในหลายรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพูด
- 3) ครูใช้เวลาในการพูดให้น้อยลง และเพิ่มเวลาในการพูดให้กับนักเรียน ครูอยู่เบื้องหลังและคอยสังเกตขณะที่นักเรียนทำกิจกรรมการพูด
- 4) เมื่อมีการให้ข้อเสนอแนะในการพูด ครูต้องเสนอแนะในทางบวกในการพูดของนักเรียน
- 5) ใช้คำถามถามโดยตรง เช่น “What do you mean?” “How did you reach that conclusion?” เพื่อให้นักเรียนได้ตอบหรืออธิบายเพิ่มเติม
- 6) ครูอาจให้ข้อมูลย้อนกลับโดยกล่าวว่า “Your presentation was really great. It was a good job. I really appreciated your efforts in preparing the materials and efficient use of your voice...” เป็นต้น
- 7) ครูไม่ควรแก้ไขการออกเสียงผิดของนักเรียนในขณะที่กำลังพูด การแก้ไขเช่นนั้นทำให้เกิดการขัดจังหวะการพูดของนักเรียน
- 8) ครูเดินดูรอบๆ ห้องเรียนในขณะที่นักเรียนกำลังทำกิจกรรมการพูดเป็นคู่ หรือเป็นกลุ่ม เพื่อให้แน่ใจว่านักเรียนฝึกพูดและดำเนินกิจกรรมไปได้ถูกทาง
- 9) ครูสอนคำศัพท์ สำนวนและรูปแบบประโยคที่จะต้องใช้ก่อนที่จะให้นักเรียนฝึกกิจกรรมการพูด
- 10) วิเคราะห์ปัญหาที่นักเรียนเผชิญในการพูดภาษาอังกฤษ และให้โอกาสเพิ่มเติมในการฝึกพูดภาษาอังกฤษ
- 11) ส่งเสริมให้มีการพูดภาษาอังกฤษทั้งในและนอกห้องเรียน ประสานงานกับผู้ปกครองหรือบุคคลอื่นที่อาจช่วยนักเรียนให้พูดภาษาอังกฤษได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยเกี่ยวกับการสอนพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ

ในการทำวิจัยเกี่ยวกับการสอนพูดภาษาอังกฤษในห้องเรียนภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในห้องเรียนภาษาในบริบทการเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ประเทศไทย ครูหรือผู้วิจัยสามารถนำกิจกรรมสื่อสารหลายประเภทเหล่านี้เพื่อนำไปทดลองใช้ในการพัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียน เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่หายไป การหาจุดแตกต่างของรูปภาพสองรูป การแลกเปลี่ยนข้อมูลสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเล่าเรื่องจากภาพ การให้เหตุผล การแสดงความคิดเห็น เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการและขั้นตอนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Presentation, Practice, Production) จากแนวคิดของ Harmer (2001) หรือโดยใช้ การเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน (Task-based Learning) จากแนวคิดของ Willis (1996) โดยใช้ภาระงานจิ๊กซอว์ (Jigsaw task) ภาระงานการหาข้อมูลที่หายไป (Information-gap task) และภาระงานการแก้ปัญหา (Problem solving task) ซึ่งจากผลการวิจัย กระบวนการและขั้นตอนการสอนพูดและกิจกรรมเหล่านี้มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการปรับปรุงความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทย

บทสรุป

การสอนพูดภาษาอังกฤษในบริบทเป็นภาษาต่างประเทศ ครูผู้สอนจำเป็นต้องมีความรู้ในการสร้างกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนได้มีโอกาสฝึกพูดภาษาอังกฤษในห้องเรียนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กล่าวคือ ค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่างๆ ตำรา บทความด้านการสอนภาษาอังกฤษ ตลอดจนแนะนำเทคนิควิธีสอนแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับระดับของนักเรียนที่ตนสอน สร้างบรรยากาศให้ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริงของโลก ตลอดจนภาษาที่ใช้เป็นประจำวัน จะทำให้นักเรียนอยากฝึกพูดภาษากับเพื่อนในชั้นเรียน ฝึกทำงานร่วมกับบุคคลอื่นทำให้มีโอกาสเรียนรู้พูดภาษาอังกฤษได้อย่างเป็นธรรมชาติ มีความมั่นใจและกล้าพูดภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ

เอกสารอ้างอิง

ประยงค์ กลั่นฤทธิ์. (2556). **แนวการสอนภาษาอังกฤษในบริบทภาษาต่างประเทศ.**

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

- Bilasha, O., & Kwangsawad, T. (2004). Factors influencing Thai teachers' abilities to adapt CLT in their classrooms: A collaborative action research study. **Thai TESOL Bulletin**, 17, 1-10.
- Brown, G., & Yule, G. (1999). **Teaching the spoken language**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. **Applied Linguistics**, 1(1), 1-47.
- Chaney, A. L., & Burke, T. L. (1998). **Teaching oral communication in grades K-8**. Boston: Allyn & Bacon.
- Davis, C. (2020). Spot The Difference: How Many Can You Find?. Retrieved December 23, 2020, from <https://www.thedelite.com>spot-th-difference>
- Davies, P., & Pearse, E. (2000). **Success in English Teaching: A Complete Introduction to Teaching English at Secondary School Level and Above**. Oxford: Oxford University Press.
- Foley, J. (2005). English in Thailand. **RELC**, 36(2), 223-234.
- Fotos, S. (2002). Structured-based interactive tasks for the EFL grammar learner. In E. Hinkel, & S. Fotos (Eds.), **New perspectives on grammar teaching in second language classrooms** (pp. 135-154). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Goh, C. C., & Burns, A. (2012). **Teaching speaking**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Harmer, J. (2001). **The practice of English teaching**. 6th ed. Harlowe: Pearson Education Limited.
- Hymes, D. (1972). On Communicative Competence. In J. Pride, & J. Holmes (Eds.), **Sociolinguistics** (pp. 269-285). Harmondsworth: Penguin Books.
- Khamkhien, A. (2010). Uncovering Factors Contributing to Thai University Students' Development of Oral Proficiency. **ICERI2010 Proceedings**, 2010-IATED, pp. 1740-1749.

- Larsen-Freeman, D. (2002). Language acquisition and language use from a chaos. **Language acquisition and language socialization: Ecological perspectives, 33.**
- Littlewood, W. (1981). **Communicative Language Teaching.** Cambridge: Cambridge University Press.
- Nunan, D. (2003). **Practical English language teaching.** New York: McGraw-Hill.
- Richards, J. C. (2006). **Communicative Language Teaching Today.** Cambridge: Cambridge University press.
- Richards, J. C., & Renandya, W. A. (2002). **Methodology in language teaching.** Cambridge: Cambridge University Press.
- Riggenbach, H., & Lazaraton, A. (1991). Promoting oral communication skills. In M. Celce-Murcia (Ed.), **Teaching English as a second or foreign language** (2nd ed.) (pp. 125-136). Boston: Heinle & Heinle.
- Saengboon, S. (2004). Second language acquisition (SLA) and English language teaching (ELT). **PASAA, 35**(1), 11-34.
- Savignon, S. J. (1983). **Communicative competence: Theory and classroom practice.** Massachusetts: Addison-Wesley.
- Shumin, K. (2002). Factors to consider: Developing adult EFL students' speaking abilities. **Methodology in language teaching: An anthology of current practice, 12,** 204-211.
- Ur, P. (1998). **A course in language teaching.** Cambridge: Cambridge University Press.
- Trent, J. (2009). Enhancing Oral Participation across the Curriculum: Some Lessons from the EAP Classroom. **Asian EFL Journal, 11,** 256-270.
- Willis, J. (1996). **A framework for task-based learning.** Edinburgh: Longman.
- Yunibandhu, R. (2004). **Problems faced by Thai students making the transition from the Thai school system to the international school system.** Master thesis, Chulalongkorn University.

การเปลี่ยนแปลงทางดนตรีในจังหวัดอุดรธานีช่วงยุคสงครามเวียดนาม
TRANSFORMATION OF MUSIC AT UDON THANI PROVINCE
IN VIETNAM WAR ERA

ชนก วรรณกุล^{*}
Chanok Wannakul^{*}

สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Department of Music, Faculty of Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University

Received: 29 March 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งนำเสนอสภาพและการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม และดนตรีของจังหวัดอุดรธานีในช่วงสงครามเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยอนุญาตให้ประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถตั้งฐานทัพและเคลื่อนย้ายกำลังทหารเพื่อทำสงครามต่อต้านการแผ่อำนาจของลัทธิคอมมิวนิสต์ในเขตภูมิภาคอินโดจีน จังหวัดอุดรธานีเป็น 1 ใน 7 แห่งของการตั้งฐานทัพฯ ดังกล่าว จากการไหลบ่าเข้ามาของกระแสนดอลลาร์และกระแสวัฒนธรรมที่เข้ามาพร้อมทหารสหรัฐอเมริกา ทำให้จังหวัดอุดรธานีเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และดนตรี ในบทความนี้กล่าวถึงทั้งช่วงระยะเวลาที่กองกำลังทหารของสหรัฐอเมริกาอยู่ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี และช่วงระยะเวลาหลังจากการถอนกำลังทหารและอาวุธยุทโธปกรณ์ ออกจากจังหวัดอุดรธานีรวมถึงออกจากประเทศไทย

คำสำคัญ: สงครามเวียดนาม, จังหวัดอุดรธานี, ดนตรี

^{*} ผู้ประสานงาน: ชนก วรรณกุล

อีเมล: chanokwannakul@gmail.com

Abstract

This article investigates the conditions and changes of the society, culture and music of Udon Thani province during the Vietnam War. Thailand allowed the United States government to set up military bases and deploy troops to conduct the war against the spreading of communism in the Indochina region. Udon Thani was one of seven military bases established throughout Thailand. There was the big change Udon Thani province in economic, social, cultural, and musical aspects because of the influx of the dollars and the cultural steam of American armed forces. This article is considered and discussed in the period of US military presence in the Udon Thani and the period after the withdrawal of troops and armaments of Udon Thani province and Thailand.

Keywords: Vietnam War, Udon Thani, Music

บทนำ

บทความวิชาการฉบับนี้เป็นบทความที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม วัฒนธรรม และดนตรี ในจังหวัดอุดรธานีช่วงสงครามเวียดนาม ซึ่งสงครามเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งรอบข้างทั้งทางตรงและทางอ้อม หากกล่าวถึงคำว่าสงครามผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าเป็นเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความสูญเสียมากกว่าได้รับประโยชน์ ต่อให้เป็นสงครามขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม ในอดีตเกิดเหตุการณ์สงครามโลกมาแล้วทั้งครั้งที่ 1 และ 2 หลังจากเหตุการณ์ทั้งสองยังมีอีกหลายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งสงครามกลางเมืองและสงครามระหว่างประเทศที่มีความเห็นไม่ตรงกัน เหตุการณ์ต่อเนื่องจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เกิดขึ้นและได้รับอิทธิพลอย่างชัดเจนจากเหตุการณ์นั้นคือสงครามอินโดจีนมาจนถึง “สงครามเวียดนาม”

สงครามครั้งนี้เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบหลายด้านต่อประเทศไทย หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลงราวในปี พ.ศ. 2488 (ค.ศ. 1945) วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้โลกได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายหลัก ๆ คือ 1) ฝ่ายคอมมิวนิสต์ ซึ่งมีชาติมหาอำนาจหลักคือ สหภาพโซเวียตและสาธารณรัฐประชาชนจีน 2) ฝ่ายเสรีประชาธิปไตย ที่นำโดยประเทศ

สหรัฐอเมริกา อังกฤษและฝรั่งเศส ความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในรูปแบบของการก่อสงครามตัวแทน (สฤต จอนเจดสิน, 2544) การขยายบทบาทของประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อลดทอนและสกัดกั้นการกระจายอำนาจของลัทธิคอมมิวนิสต์ที่เริ่มมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะ ลาว เขมร และเวียดนาม จากเหตุการณ์ที่กล่าวถึงนี้ ส่งผลกระทบมาถึงประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ สังคม ประเพณี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมและดนตรี

มูลเหตุสงครามเวียดนาม

สงครามเวียดนาม พ.ศ. 2500-2519 (ค.ศ.1957-1975) เป็นสงครามที่เกิดขึ้นระหว่างเวียดนามเหนือและเวียดนามใต้ แรกเริ่มจากสัญญาสงบศึกชื่อว่าอนุสัญญาเจนีวาหรือข้อตกลงเจนีวาเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2497 เนื้อหาสำคัญของสัญญานี้คือต้องแบ่งประเทศเวียดนามออกเป็นสองประเทศ ได้แก่ เวียดนามเหนือและเวียดนามใต้ โดยทำการคำนวณจากการยึดเอาเส้นขนานที่ 17 เป็นเส้นแบ่งเขต ด้วยเหตุนี้จึงก่อให้เกิดชนวนเหตุแห่งสงครามในปี พ.ศ. 2497 เวียดนามเหนือภายใต้การนำของ นายโฮจิมินห์ ที่มีแนวคิดและปณิธานอย่างแน่วแน่ที่จะรวมเวียดนามให้เป็นหนึ่งเดียวกัน เลือกใช้ทั้งการแทรกแซงกำลังพลไปในรูปแบบทั้งของผู้พลีภัยและการปฏิบัติการรุกรานด้วยอาวุธและกำลังทหาร ไปจนถึงการโฆษณาโจมตีรัฐบาลเวียดนามใต้ ซึ่งในขณะนั้นการบริหารงานในการบริหารประเทศของเวียดนามใต้เองก็ไม่ได้มีความเข้มแข็งมากนัก จึงต้องใช้วิธีการขอความช่วยเหลือจากชาติฝ่ายเสรีประชาธิปไตย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและทางทหาร ทั้งนี้ในการช่วยเหลือเวียดนามใต้จากประเทศสหรัฐอเมริกานั้น เนื่องจากสหรัฐอเมริกานั้นมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับการกระจายอำนาจของทางฝั่งคอมมิวนิสต์ ที่จะทำการแผ่ขยายอำนาจลงมายังภูมิภาคอินโดจีนจนถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมด จึงส่งผลให้ประเทศไทยจึงเป็นเสมือนเมืองหน้าด่านและจุดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการจัดตั้งฐานทัพอากาศ และฐานทัพเพื่อขนส่งลำเลียงกำลังทหาร อาวุธ และสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการทหารไปจนถึงการดักฟังกักเก็บข่าวสารต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ภาพที่ 1 เส้นขนานที่ 17 เป็นเส้นแบ่งเขตเวียดนามเหนือและเวียดนามใต้

ที่มา: <https://www.blockdit.com/posts/606aa0c8d052650c48b22105>

ดังนั้นประเทศไทยจึงเป็นที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมต่อการตั้งค่ายทหารและฐานทัพ เพื่อทำสงครามต่อต้านคอมมิวนิสต์ในครั้งนี้ เนื่องจากมีเขตพรมแดนที่ติดต่อกับประเทศอินโดจีน ทำให้สหรัฐอเมริกาสามารถลดค่าใช้จ่ายในการทำสงครามได้เป็นอย่างมาก อาทิเช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่งลำเลียงทหารไปยังประเทศต่าง ๆ ในเขตอินโดจีน การลำเลียงอาวุธ ยุทโธปกรณ์ และการลำเลียงระเบิดเพื่อนำไปทิ้งตามจุดเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ สหรัฐอเมริกา จึงเข้ามาและใช้ฐานทัพในไทย 7 แห่ง คือ กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครพนม จังหวัดนครสวรรค์ (ตาคลี) จังหวัดระยอง (อู่ตะเภา) จังหวัดอุบลราชธานี และ จังหวัดอุดรธานี

ฐานทัพสหรัฐอเมริกาในจังหวัดอุดรธานี

(พวงทอง ภวัครพันธุ์, 2556) ในบรรดาฐานทัพสหรัฐอเมริกาทั้ง 7 แห่งทั่วประเทศไทย ฐานบินอุดร หรือ Udorn Royal Thai Air Forces Base เป็นที่ตั้งฐานทัพสหรัฐอเมริกาที่สำคัญที่สุด ในทางภูมิศาสตร์แล้วจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสานตั้งอยู่ใกล้กับประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนาม แต่ไม่มีพรมแดนติดกับประเทศจีน ทำให้สะดวกกับการบินไปโจมตีเวียดนามเหนือและลาว เมื่อพิจารณาในทางเศรษฐกิจ สหรัฐอเมริกาสามารถ

ประหยัดงบประมาณการทำสงครามได้มากกว่าการบินออกจากฐานทัพอากาศที่เกาะกวมเป็นอย่างมาก เปรียบเทียบได้ว่าหากส่งเครื่องบินทิ้งระเบิด B-52 ออกจากฐานทัพในประเทศไทยในแต่ละรอบ ใช้ระยะเวลาน้อยลง 4,000 ไมล์ และประหยัดค่าใช้จ่ายลงถึง 8,000 ดอลลาร์ต่อเที่ยว สหรัฐอเมริกาจึงเห็นว่าประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับเป็นที่ตั้งของฐานทัพสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 2 ภาพถ่ายบริเวณหน้าฐานบินอุดร

ที่มา: <https://www.facebook.com/อดีตวันวาน-อุดรธานี>

(พวงทอง ภาวครพันธุ์, 2556) นอกจากนี้ในจังหวัดอุดรธานียังมีค่ายทหารสหรัฐอเมริกาอีกแห่งหนึ่งคือ ค่ายรามสูร โดยตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดอุดรธานีประมาณ 16 กิโลเมตร บนถนนมิตรภาพไปทางจังหวัดขอนแก่น ค่ายรามสูรเป็นแหล่งหาข่าวลับด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (ไม่ใช่สถานีเรดาร์) ที่ค่ายทหารแห่งนี้มีเครื่องมือสื่อสารที่ใหญ่และซับซ้อนที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากสถานีของสหรัฐอเมริกาในเมืองออกส์เบิร์ก (Augsburg) ประเทศเยอรมนี โดยมีหน้าที่ติดตามและควบคุมการเคลื่อนไหวการทดลองขีปนาวุธนิวเคลียร์ การยิง-การโคจรดาวเทียมของจีนและสหภาพโซเวียต ดักฟังการเคลื่อนไหวของกองกำลังคอมมิวนิสต์ในอินโดจีน ในประเทศจีน และบางส่วนของสหภาพโซเวียต ทำหน้าที่ป้องกันภัยทางอากาศและติดตามเครื่องบินข้าศึกทางอากาศ



ภาพที่ 3 ภาพถ่ายทางอากาศอีกมุมหนึ่งของค่ายรามสูรหรือสถานีวิจัยทางวิทยุ

7th RRFS Ramasun Station จังหวัดอุดรธานี ในยุคสงครามเวียดนาม

ที่มา: <https://www.facebook.com/อดีตวันวาน-อุดรธานี>

การเข้ามาของทหารสหรัฐอเมริกา สิ่งที่ถูกนำเข้ามาไม่ได้มีเพียงอาวุธในการก่อสงครามเท่านั้น สิ่งที่ถูกนำเข้ามาแล้วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกหลาย ๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ ในตัวจังหวัดอุดรธานีเองที่มีการหมุนสะพัดของเงินดอลลาร์ สาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกและสนับสนุนมาตรฐานชีวิตของทหารสหรัฐอเมริกาเอง ถนนหนทางที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นการลำเลียงสินค้า อาวุธ จากเมืองหลวงมาสู่จังหวัดอุดรธานีเอง ธุรกิจร้านค้า โรงแรม ผับ ที่ส่งผลให้เกิดการรับจ้างทำงานเพื่อเงินตราจากทหารสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ การแต่งกาย การใช้ชีวิต และวัฒนธรรมดนตรี

สภาพสังคมวัฒนธรรมในจังหวัดอุดรธานียุคสงครามเวียดนาม

กล่าวย้อนความสัณเภาเล็กน้อยกลับไปช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500 สังคมและวัฒนธรรมของผู้คนในสังคมจังหวัดอุดรธานีนั่นกล่าวได้ว่ามีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ ในอดีตมีจุดเริ่มต้นจากการได้รับการแบ่งเขตพื้นที่ในการครอบครองจากประเทศมหาอำนาจด้านการล่าอาณานิคมอย่างประเทศฝรั่งเศส ทำให้ดินแดนฝั่งขวาของแม่น้ำโขงถูกแยกออกจากดินแดนที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีวัฒนธรรมร่วมกัน หรือที่เรียกในปัจจุบันคือลาวกับอีสานนั่นเอง โดยส่วนใหญ่สังคมในจังหวัดอุดรธานีแรกเริ่มเป็นสังคมเกษตรกรรม

ปลูกพืชไร่ เป็นเศรษฐกิจสังคมเกษตรกรรมเพื่อยังชีพ ในอดีตเป็นชุมทางการค้าขายของพ่อค้าหลักเป็นการคมนาคมโดยใช้ยานพาหนะโบราณ เกวียน ม้า และควาย เป็นต้น

(บัวพันธ์ พรหมพักพิง, 2560) เมืองอุดรธานีเป็นเมืองภูมิภาคที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในช่วงแรกเมืองอุดรธานีขยายตัวเติบโตเนื่องมาจากการเข้ามาตั้งศูนย์บัญชาการทหารของกรุงเทพฯ โดยกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม ภายหลังสงครามปราบฮ่อ แต่ช่วงที่เมืองอุดรธานีขยายตัวอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเมืองสมัยใหม่แบบในปัจจุบันคือช่วงที่มีการขยายตัวของการค้าขายพืชไร่ การมาถึงของทางรถไฟและถนน ซึ่งอยู่ในช่วงราวต้นพุทธศตวรรษที่ 1960 แล้วต่อเนื่องด้วยช่วงที่สหรัฐอเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพระหว่างสงครามเวียดนาม

(ภรณ์ธำพร โขติวรรณ, 2557) การพัฒนาของรัฐที่ไปสู่ชนบทอีสานส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และทำให้สำนึกเกี่ยวกับวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจของชาวบ้านเปลี่ยนไป ในยุคก่อนที่จะมีการสร้างทางรถไฟจากกรุงเทพฯ ไปยังอีสาน สำนึกเรื่องการผลิตและการบริโภคของชาวบ้านยังเป็นในลักษณะเพื่อยังชีพ แต่เมื่อมีการสร้างทางรถไฟไปยังอีสานก็ได้ทำให้การเคลื่อนย้าย/เดินทางของผู้คนและสินค้าเป็นไปได้สะดวกเร็วขึ้น ในยุคนี้การผลิตเปลี่ยนจากเพื่อยังชีพในครัวเรือน เป็นการผลิตเพื่อส่งขายให้กับตลาดมากขึ้น ชาวบ้านเริ่มต้องการเงินสดเพื่อที่จะจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าสมัยใหม่ที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้มาบริโภคมากขึ้น ต่อมาในช่วงหลังทศวรรษ 2500 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เช่น การสร้างทางรถไฟเพิ่ม การสร้างถนนหนทาง รวมไปถึงไฟฟ้า ประปา และเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ส่งผลต่อวิถีคิดและโลกทัศน์ของชาวบ้านชนบทในอีสานอย่างมาก สำนึกเกี่ยวกับวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการอพยพโยกย้ายเข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรมของคนวัยรุ่นหนุ่มสาวในชนบทอีสาน

ในช่วงสงครามเวียดนามนั้นราวปี พ.ศ. 2498 – 2518 ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความสำคัญต่อฝ่ายเสรีนิยมหลัก ๆ คือประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีอาณาเขตที่เหมาะสมต่อการตั้งฐานทัพเป็นจุดพักสำหรับกองทัพให้ฝ่ายเสรีนิยมรวบรวมกำลังก่อนการทำสงครามต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ในประเทศแถบภูมิภาคอินโดจีน จังหวัดอุดรธานีเป็น 1 ในฐานทัพ 7 แห่งที่ถูกใช้ในการทำสงครามครั้งนี้ ทำให้สภาพสังคมของจังหวัดอุดรธานีระหว่างสงครามนั้นมีการเคลื่อนย้ายทั้งทางวัฒนธรรมและทางเศรษฐกิจ

(ศุภกรณ์ จันทรศรีสุริยวงศ์, 2554) เนื่องจากสังคมสหรัฐอเมริกา มีลักษณะเป็นสังคมอุตสาหกรรมที่ทำงานหนักอย่างเป็นเวลาแล้วการเป็นทหารที่ใช้ชีวิตที่ใกล้เคียงกับความตายแล้ว ทำให้มีความต้องการเวลาพักผ่อน ส่งผลให้เกิดการดำเนินธุรกิจ และอาชีพใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวมากมาย อาทิ กิจการโรงแรม สถานบันเทิง กิจการจำหน่ายรถยนต์ กิจการรับเหมาก่อสร้าง อาชีพทหารรับจ้าง อาชีพเมียเช่า อาชีพยารักษาการณ เป็นต้น นำมาซึ่งการขยายตัวของชุมชนทั้งจากแรงงานต่างอำเภอใหญ่ ๆ ในจังหวัดอย่างเช่น อำเภอกุมภวาปี อำเภอหนองหาน อำเภอหนองบัวลำภู และอำเภอบ้านผือ เพราะอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก เฉลี่ยแล้วมีระยะทางเพียง 30 – 40 กิโลเมตร และคนต่างถิ่นโดยเป้าหมายของแรงงานต่างถิ่นอยู่เพื่อการประกอบอาชีพเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ทหารสหรัฐอเมริกาเพื่อแลกกับเงินดอลลาร์ ทั้งในค่ายทหารและบริเวณหน้าค่ายทหาร ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองอุดรที่มีศูนย์กลางอยู่ที่บริเวณ 5 แยก ถนนโพศรี ได้กระจายความเจริญลงไปตามถนนมิตรภาพ (ถนนทหาร) ที่เป็นเส้นทางไปสู่ฐานทัพสหรัฐอเมริกาอย่างกองบิน 23 และค่ายรามสูร โดยตลอดเส้นทางทั้งสองฝั่งเต็มไปด้วยธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของทหารสหรัฐอเมริกาดังที่กล่าวไป

เมื่อประเทศไทยให้ความร่วมมือกับสหรัฐอเมริกาในการทำสงครามตัวแทนจึงเกิดการตั้งฐานทัพอเมริกาขึ้นหลายแห่งในประเทศไทย จังหวัดอุดรธานีอยู่ในฐานะชุมทางยุทธศาสตร์ของภูมิภาคอินโดจีน เนื่องจากความสำคัญของกองทัพที่มีกองบิน 23 ซึ่งเป็นศูนย์บัญชาการกำลังทางอากาศทั้งหมด และค่ายรามสูร ที่เต็มไปด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการหาข่าวชั้นสูง เพราะเกิดจากความเหมาะสมทางภูมิรัฐศาสตร์ ที่ตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณภูมิภาคอินโดจีน และบริเวณจีนตอนใต้ ซึ่งเป็นไปตามความต้องการขยายยุทธศาสตร์ของสหรัฐอเมริกาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังนำมาซึ่งการขยายตัวของเมือง และชุมชนต่าง ๆ เข้ามาเพื่อตามหาที่ดินดอลลาร์นั่นเอง

(พงษ์ศักดิ์ ปัตถา, 2550) การถอนทัพทหารของสหรัฐอเมริกาออกจากประเทศไทยนั้น จังหวัดอุดรธานีได้รับผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างยิ่ง กิจการต่าง ๆ ที่เคยคึกคักกลับซบเซาลงอย่างกะทันหัน โดยเฉพาะธุรกิจที่มีไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของทหารอเมริกา เช่น บาร์ ไนต์คลับ กิจการโรงแรม และอาบอบนวด ส่วนธุรกิจที่ได้รับผลกระทบลงมาก็คือ ธุรกิจก่อสร้าง การคมนาคมขนส่ง และการเงินการธนาคาร เมื่อธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบหรือมีการปิดกิจการ บุคคลที่เป็นพนักงานและแรงงานก็ต้องพลอยตกงานไปด้วย

เนื่องจากการจ้างงานหายไป ส่วนบาร์และไนต์คลับต่าง ๆ ที่เคยมีอยู่มากมาย ส่วนใหญ่ก็กลายสภาพไปเป็นบ้านที่อยู่อาศัย หรือบ้านเช่า

ในขณะเดียวกันก็เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่มีจำนวนมากในจังหวัดอุดรธานี แรงงานส่วนมากเดินทางกลับภูมิลำเนาเพื่อกลับไปประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม บางส่วนกระจายหางานทำตามห้างร้านต่าง ๆ ที่ยังคงเปิดทำการอยู่ บางส่วนตัดสินใจเดินทางไปทำงานต่างประเทศ เช่น ซาอุดีอาระเบีย บางส่วนเลือกที่จะศึกษาที่วิทยาลัยครูอุดรธานีต่อ โดยหวังรับราชการเมื่อสำเร็จการศึกษา สภาพสังคมที่หลังจากการถอนทัพและกำลังทหารสหรัฐอเมริกาออกจากอุดรธานีมีผลกระทบหลายอย่าง เช่น ปัญหาเด็กลูกครึ่งที่เกิดกับทหารสหรัฐอเมริกากับหญิงไทยบริการหรือเมียเช่าที่กลายเป็นเด็กกำพร้า ปัญหายาเสพติดที่มีอยู่อย่างมากมายในช่วงที่ทหารสหรัฐอเมริกายังอยู่ เนื่องจากค่านิยมในการใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่ายพอหลังจากที่เกิดการถอนทหารกลับไปจึงทำให้ขาดรายได้หลักที่เคยมีจำนวนมาก ทำให้อัตราการเกิดอาชญากรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ชิงทรัพย์ ลักขโมย เป็นต้น

สภาพวัฒนธรรมดนตรีในจังหวัดอุดรธานียุคสงครามเวียดนาม

(สุรพงษ์ ลือทองจักร, สัมภาษณ์ 9 มกราคม 2564) เมื่อความเจริญที่ตามเข้ามาพร้อมกับการตั้งฐานทัพในจังหวัดอุดรธานี 2 แห่งนั้น คือ ฐานทัพอากาศที่ปัจจุบันคือกองบิน 23 ส่วนอีกแห่งคือ ค่ายรามสูร เป็นฐานเก็บข้อมูลทางการข่าวที่เป็นข้อมูลสำคัญต่อการทำสงคราม ด้วยวิทยาการด้านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความทันสมัย ทำให้เส้นทางสัญญาณระหว่างฐานทัพ 2 แห่งนี้ซึ่งตั้งอยู่ถนนมิตรภาพ ด้วยระยะทางที่ไม่ห่างกันมากนัก จึงมีการคมนาคมเดินทางเข้าออกทั้งทหารสหรัฐอเมริกาและชาวบ้านที่เดินทางเข้ามาทำงานในบริเวณแถบนี้คึกคักและพลุกพล่านอยู่เสมอ สภาพวัฒนธรรมสังคมดนตรีในจังหวัดอุดรธานีช่วงสงครามเวียดนามนั้น ประชาชนทั่วไปในจังหวัดอุดรธานีมีรสนิยมในการฟังเพลงและเสพดนตรีแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น อายุ อาชีพหน้าที่การงาน สภาพสิ่งแวดล้อมรอบตัว ฐานะทางครอบครัว เป็นต้น

สื่อที่สำคัญของประชาชนทั่วไปในยุคนั้นคือ วิทยุ-โทรทัศน์ และผลิตภัณฑ์สำคัญต่อวงการดนตรีก็คือ “แผ่นเสียง” ในจังหวัดอุดรธานีนั้มีร้านจำหน่ายแผ่นเสียงและเครื่องเล่นแผ่นเสียงยังมีจำนวนไม่มาก โดยส่วนใหญ่จะมีอยู่ตามร้านขายแผ่นเสียงและตามครอบครัว

ที่มีฐานะดี ดังนั้น ในกลุ่มของผู้คนที่มิอาจซื้อหาไม่ได้มีฐานะทางการเงินที่ดีมากนัก วิถีจึงเป็นหนทางที่นิยมทั้งฟังข่าว ฟังละครวิทยุ และฟังเพลง

การเข้ามาของทหารสหรัฐอเมริกาที่มีสิ่งที่ตามมาและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างชัดเจนคือ มีการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นธุรกิจประเภทต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกำลังทหารที่เข้ามาในจังหวัด เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจการบริการและสถานบันเทิง เป็นต้น เมื่อกิจการร้านอาหาร ร้านเหล้า บาร์ ไนต์คลับ ในจังหวัดอุดรที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ฟังมีทางเลือกในการฟังดนตรี สภาพของวัฒนธรรมดนตรีในจังหวัดอุดรธานีในยุคนี้มีความคล้ายคลึงกับกระแสนิยมที่นิยมอยู่แล้วในประเทศช่วงประมาณปี พ.ศ. 2500 ในแง่ของรสนิยมในการฟังเพลง ความนิยมในแนวเพลงประเภทต่าง ๆ นั้นมีความคล้ายคลึงกับสังคมเมืองหลวงหรือกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการรับเอาวัฒนธรรมการฟังเพลงทั้งจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เช่น แนวเพลงที่นิยมฟังกันมีทั้งแนวเพลงประเภท เพลงลูกกรุง เพลงลูกทุ่ง เพลงหมอลำ เพลงสากล และเพลงร็อก ฮาร์ดร็อก เฮฟวี่ เป็นต้น ในส่วนผู้ฟังที่อายุประมาณ 30 ปีขึ้นไปที่มีอาชีพหน้าที่การงานที่เป็นหลักแหล่งแล้ว จะมีความนิยมฟังเพลงกระแสนิยมเดิมเช่นเพลงไทยสากล โดยศิลปินที่ได้รับความนิยมในขณะนั้นก็มีมากมาย เช่น วงดนตรีสุนทราภรณ์, สุเทพ วงศ์กำแหง และ ชรินทร์ นันทนาคร เป็นต้น



ภาพที่ 4 วงดนตรีสุนทราภรณ์

ที่มา: <https://www.facebook.com/เพลงเก่า สุนทราภรณ์>

ส่วนเพลงประเภทเพลงลูกทุ่ง ก่อนที่จะมีการแบ่งประเภทเป็นเพลงลูกกรุงเพลงลูกทุ่ง นั้น เดิมทีเพลง 2 ประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกันมากในแง่ของรายละเอียดทางดนตรี แตกต่าง กันตรงที่เนื้อหาของบทเพลงที่จะสื่อถึงแง่มุมที่แตกต่างกัน เพลงลูกกรุงมีเนื้อหาที่จะนำเสนอ ความสวยงามในแง่ของความรักหนุ่มสาว ความเพลิตเพลินไปจนถึงการสื่อถึงความรักชาติ ส่วนเพลงลูกทุ่งนั้นจะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับ วิถีชีวิตชาวบ้านในเขตนอกเมือง ความแร้งแคนใน การใช้ชีวิต ความรักของหนุ่มสาวชาวนา ไปจนถึงเนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์ระบบการบริหาร ประเทศของฝ่ายปกครองบ้านเมือง (สาทร ศรีเกตุ, 2551) เพลงลูกทุ่งนั้นได้รับความนิยม อย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา มีศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงมากมายเช่น พูล ทองใจ, ผ่องศรี วรนุช, ชาย เมืองสิงห์ และสุรพล สมบัติเจริญ เป็นต้น แต่ในขณะนั้นยังใช้คำว่า เพลงตลาด กับแนวเพลงประเภทนี้จนกระทั่งปี พ.ศ. 2507 กระแสความนิยมจากประชาชนก็ ทำให้นักดนตรีคนดังกล่าวมีโอกาสได้ออกรายการโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ถึงแม้จะมี เสี่ยงวิพากษ์วิจารณ์ในทางลบเป็นอย่างมากในช่วงแรก ในแง่ของการนำเพลงตลาดในยุคสมัย นั้นมาทำการออกอากาศทางโทรทัศน์ แต่หลังจากนั้นกระแสความนิยมในแนวเพลงประเภทนี้ กลับเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก รายการนี้มีชื่อว่า “เพลงลูกทุ่ง” เป็นชื่อที่ตั้งโดย จำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ชื่อ “เพลงลูกทุ่ง” กลายเป็น ชื่อที่เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปสำหรับบทเพลงแนวนี รวมไปถึงศิลปินนักร้องที่ใช้การ เรียกตนเองว่าเป็นศิลปินลูกทุ่ง จึงถือได้ว่า ปี พ.ศ. 2507 นี้ เป็นการถือกำเนิดของแนวเพลง ประเภท “เพลงลูกทุ่ง” อย่างแท้จริง



ภาพที่ 5 พูล ทองใจ

ที่มา: https://www.wikiwand.com/th/พูล_ทองใจ

ในส่วนของบริเวณที่ใกล้เคียงที่ตั้งฐานทัพนั้น ร้านอาหาร ร้านเหล้า บาร์ ไนต์คลับ อาซิพนักดนตรีเป็นอีกอาชีพหนึ่งที่ถูกถือว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้ค่อนข้างดี ทำให้มีนักดนตรีจากทั่วทุกสารทิศในประเทศ ต่างเดินทางเข้ามายังจังหวัดอุดรธานีเพื่อหารายได้ตามแคมป์ค่ายทหาร บทเพลงอีกประเภทที่เป็นที่นิยมในจังหวัดอุดรธานีขณะนั้นก็คือ เพลงประเภท ร็อก ฮาร์ดร็อก เฮฟวี่ หรือในช่วงขณะนั้นอาจเรียกแนวเพลงประเภทนี้ว่า อันเดอร์กราวด์ (Underground)

(สุรพงษ์ ลือทองจักร, สัมภาษณ์ 9 มกราคม 2564) ในส่วนของผู้ฟังเพลงอีกกลุ่มคือกลุ่มที่มีอายุน้อยลงมาหรือกลุ่มวัยรุ่น ก็จะนิยมฟังเพลงประเภทนี้ เป็นแนวเพลงที่มีท่วงทำนองของดนตรีหนักแน่น สนุกสนานและเป็นสิ่งแปลกใหม่ในช่วงยุคนั้น ซึ่งอิทธิพลที่ได้รับมาจากกลุ่มทหารจีไอ (Government Issue: G.I.) โดยกลุ่มทหารกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น เมื่อทหารเหล่านี้โดนเกณฑ์มาเพื่อร่วมรบในต่างถิ่นนั้น สิ่งที่ชอบและรสนิยมทางดนตรีที่จึงติดตัวมาด้วย มีการขอเพลงให้นักดนตรีที่มาทำการแสดงที่คลับต่าง ๆ ในจังหวัดอุดรธานีทำการแกะเพลงและนำมาบรรเลง โดยที่กลุ่มทหารเหล่านี้อาจจะมีการขอเพลงบ่อยครั้งไปจนถึงขั้นนำแผ่นเสียงมาให้นักดนตรีเป็นวัตถุดิบ (ลำเนา เอี่ยมสะอาด, 2539) เพลงร็อกในช่วงปี พ.ศ. 2510 เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยมีพัฒนาการมาจากวงดนตรีประเภทชาโดวส์ ซึ่งการเล่นดนตรีของวงดนตรีร็อกในสมัยดังกล่าว เป็นการเล่นเพลงสากลแบบตะวันตก และเล่นเลียนแบบวงดนตรีของตะวันตกที่มีชื่อเสียงในช่วงนั้น ผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในเมือง ในช่วงแรกนี้ ดนตรีร็อก วงดนตรีที่นักดนตรีในขณะนั้นนิยมทำการแกะเพลงเพื่อทำการแสดงได้แก่ The Doors, Deep Purple และ The Mountain เป็นต้น



ภาพที่ 6 วงดนตรี Deep Purple

ที่มา: http://www.deep-purple.am/machine_head_album_history_en.html

ค่านิยมในการฟังดนตรีประเภทร็อก ฮาร์ตร็อก เฮฟวี ในช่วงนั้นมีความเข้าใจตรงกัน โดยใช้คำว่า “อันเดอร์กราวด์” (อธิป จิตตฤกษ์, 2553) เพลงอันเดอร์กราวด์แทบทั้งหมดที่ถูกเล่นในผับแถวค่ายจีโอ เป็นเพลงของวงดนตรีจากอเมริกาและอังกฤษ การบรรเลงบทเพลงเหล่านี้ก็จะไปในแนวทางที่คล้ายคลึงกับงานดนตรีต้นฉบับที่เป็นแผ่นเสียงที่สุด (ลำเนา เอี่ยมสะอาด, 2539; ชุมศักดิ์ นราวัฒน์วงศ์, 2548 อ้างถึงใน อธิป จิตตฤกษ์, 2553) ซึ่งวัฒนธรรมเล่นดนตรีของวงดนตรีที่น่าบเพลงของวงดนตรีอื่นที่มีชื่อเสียงมาบรรเลงก็ถูกเรียกในภาษานักดนตรีและนักฟังเพลงชาวไทยมาจนถึงปัจจุบันว่า “เล่นคัฟเวอร์” การเล่นให้เหมือนเพลงต้นฉบับในแผ่นเสียงให้มากที่สุด เป็นสิ่งที่นักดนตรีค่ายจีโอให้คุณค่ามาก นักดนตรีที่มีทักษะในการเล่นเหมือนในระดับที่เล่นเอาสิ่งที่ไม่น่าจะตั้งใจให้เกิดในการบันทึกเสียงก็ถูกยกย่องในฐานะนักดนตรีที่มีความละเอียดอ่อนในการเล่นดนตรีให้เหมือนต้นฉบับ ดังนั้นหากจะกล่าวในอีกมุมแล้ว นักดนตรีชาวไทยเหล่านี้้อาจเล่นเหมือนต้นฉบับในแผ่นเสียงมากกว่านักดนตรีต้นฉบับจะเล่นเองในการแสดงสดเสียด้วยซ้ำ



ภาพที่ 7 นักดนตรีเล่นดนตรีในวันคริสต์มาสที่ค่ายรามสูร อุดรธานี พ.ศ. 2514

ที่มา: <https://www.facebook.com/อดีตวันวาน-อุดรธานี>

(สุรพงษ์ สือทองจักร, สัมภาษณ์ 9 มกราคม 2564) ส่วนดนตรีประเภทอื่น ๆ เช่น เพลงหมอลำ ลำเพลิน รำวง หรือเพลงประเภทอื่นก็พอมีผู้ฟังบ้าง เช่น ตามงานทุ่งศรีเมืองก็จะมีการจัดงาน และก็จัดเวทีที่เป็นเวทีรำวง เนื่องจากอุดรธานีในเวลานั้นถือได้ว่าเป็นเมืองที่สถาปนาเป็นจังหวัดได้ไม่นาน มีสถานะเป็นเมืองใหม่ ทำให้ถึงแม้จะอยู่ในเขตแอ่งวัฒนธรรมดนตรี ลาว หรือหมอลำ แต่ด้วยความที่เป็นเมืองใหม่ทำให้ในช่วงขณะนั้นยังไม่มีศิลปินหมอลำ

ลำที่มีชื่อเสียงเหมือนเมืองอื่น ๆ ที่เป็นเมืองเก่าและมีความนิยมในวัฒนธรรมดนตรีประเภทนี้ เช่น จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น



ภาพที่ 7 คณะร่ำวงในงานประจำปีทุ่งศรีเมืองอุดรธานี

ที่มา: <https://www.facebook.com/อดีตวันวาน-อุดรธานี>

การเข้ามาของวัฒนธรรมจากทหารสหรัฐอเมริกา ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่าง วัฒนธรรมดนตรีขึ้น เกิดจากการปรับตัวเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง และการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมดนตรีเพื่อความอยู่รอด (แวง พลังวรรณ, 2548) แนวเพลงร็อก เฮฟวี่ เป็นแนวเพลงร่ำวงแนวใหม่ เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการเคลื่อนกองทัพสหรัฐอเมริกาเข้ามาในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นฐานในการต่อสู้กับคอมมิวนิสต์ในแถบอินโดจีน ในช่วงเวลานี้ (พ.ศ.2510-2526) ได้เกิดร่ำวงแบบใหม่ขึ้น เป็นร่ำวงแบบมีคณะร่ำวงที่ชัดเจน มีระบบกองเชียร์ ดนตรี นางรำและการบริหารจัดการคณะ ออกปฏิบัติงานในฐานะเป็นมหรสพอีกรูปแบบหนึ่งและกระจายวงกว้างทั่วประเทศ หรือมีคณะร่ำวงแนวใหม่นี้ทั่วทุกภาค

สภาพวัฒนธรรมดนตรีในจังหวัดอุดรธานีหลังจากยุคสงครามเวียดนาม

จากการที่สหรัฐอเมริกานั้นได้ถูกกดดันทั้งจากการประท้วงโดยประชาชนชาวสหรัฐอเมริกาเอง และพื้นที่อื่น ๆ ทั่วโลก ในประเทศไทยเองก็มีกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยของการเข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นฐานทัพตามหัวเมืองต่าง ๆ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ภาคอีสาน ในประเทศไทยเองก็มีการชุมนุมประท้วงเพื่อขับไล่การตั้งฐานทัพของอเมริกาในจังหวัดต่าง ๆ อาจจะด้วยเหตุการณ์ และด้วยการที่ใช้งบประมาณไปอย่างมหาศาลในการทำสงคราม ที่สุดก็

ถึงช่วงที่สหรัฐอเมริกาทำการถอนกำลังทหารออกจากประเทศไทย มีการเริ่มถอนกำลังทหาร (พงษ์ศักดิ์ ปัตถา, 2550) โดยเริ่มถอนกำลังทหารชุดแรกในเดือนสิงหาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2516 โดยดำเนินการถอนกำลังทหารและเครื่องบินออกเรื่อย ๆ มาจนถึงการปิดฐานการบิน โคราซในวันที่ 1 มีนาคม 2520 ส่วนในจังหวัดอุดรธานีนั้นการถอนกำลังทหารชุดสุดท้ายอยู่ที่ ค่ายรามสูร ราวปี พ.ศ. 2518 จนถึงช่วงต้นปี พ.ศ. 2519 เดือนกุมภาพันธ์



ภาพที่ 8 ริมถนนมิตรภาพขอนแก่น-อุดรธานี ในช่วงขณะนั้น

ที่มา: <https://highlight.kapook.com/gallery/197350/232042>

กล่าวถึงสภาพวัฒนธรรมดนตรีในจังหวัดอุดรธานี ด้วยความที่เป็นเมืองใหม่ที่มีเศรษฐกิจที่ดีเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว รวมถึงภูมิศาสตร์การตั้งเมืองที่ดี ทำให้มีการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าอยู่เรื่อยมา ทั้งจากกลุ่มนักลงทุนพ่อค้าชาวจีนและชาวไทยแต่เดิม ทำให้ความเจริญในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานีกลับสู่สภาพเดิมก่อนการเข้ามาของทหารสหรัฐอเมริกา สนับสนุนการฟังเพลงและฟังดนตรียังมีการพัฒนาต่อไป กล่าวได้ว่าถึงแม้สหรัฐอเมริกาจะถอนทหารออกจากประเทศไป ประเทศไทยโดยเฉพาะในจังหวัดอุดรธานียังมีนักดนตรีและศิลปินที่ได้รับอิทธิพลจากดนตรีแบบสหรัฐอเมริกาสร้างสรรค์ผลงานออกมาต่อจากนั้นอยู่เรื่อย ๆ

(แวง พลังวรรณ, 2548) การถ่ายทอดวัฒนธรรมดนตรีของอเมริกาเข้ามาในประเทศไทย ในช่วงสงครามเวียดนามนั้น ในเมืองต่าง ๆ ที่มีการตั้งฐานทัพ มีการประจำการของทหารสหรัฐอเมริกา มีการส่งผ่านทั้งวัฒนธรรมดนตรีและค่านิยมในการดำรงชีวิต จังหวัดอุดรธานีเป็น 1 ในจังหวัดที่มีการตั้งฐานทัพและมีถึง 2 แห่ง ถึงแม้ในเวลาต่อมาจะมีการถอนทัพและทหารอเมริกาออกไปแล้ว แต่วัฒนธรรมดนตรีที่ยังคงมีอิทธิพลอยู่ ได้ผสมรวมเข้ากับวัฒนธรรม

ดนตรีที่มีอยู่เดิมด้วย ทั้งดนตรีลูกทุ่ง-ลูกกรุง รำวง เป็นต้น จากนั้นวัฒนธรรมดนตรีที่เป็นกระแสหลักสำคัญรวมถึงกระแสนตรีโลก ในช่วงหลังจากนั้นคือวัฒนธรรมดนตรีดิสโก้ เข้ามา มีบทบาทสำคัญทำให้วัฒนธรรมดนตรีทั้งในประเทศไทยและจังหวัดอุดรธานีเปลี่ยนแปลง การเข้ามาของดิสโก้เป็นช่วงเดียวกับที่กระบวนการและเส้นทางส่งผ่านวัฒนธรรมสหรัฐอเมริกา ถูกตัดขาด ดิสโก้ที่เพิ่งถูกเชิญขึ้นเวทีรำวงได้ไม่กี่ปี และเนื่องจากดิสโก้มีโซ่แนวเพลงหรือแนวร่วม ที่มันคงเหมือนจังหวะอื่น ๆ ที่ครองใจชาวไทยมาก่อนหน้านั้น เพราะดิสโก้มิได้ออกแบบมา เพื่อเวทีรำวง แต่เป็นการปูทางให้กับวัฒนธรรม “เฮค” หรือลานเวทีรำวงในรูปแบบใหม่ที่จะตามเข้ามา แนวเพลงและแนวร่วมดิสโก้จึงพลอยห่างหายไปจากสังคมรำวงไทยไปด้วย

(อธิป จิตตฤกษ์, 2553) ความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมดนตรีสดในกรุงเทพมหานคร โดยรวมเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1970 ปัจจัยหลักที่ดูจะกระทบกระเทือนวัฒนธรรมการดูดนตรีสดในกรุงเทพฯ มาก ๆ ดูจะไม่ใช่การจบลงของสงครามเวียดนามและค่ายจีไอ หรือ เหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 (ค.ศ. 1976) อันเป็นจุดหักเหทางการเมืองและวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย แต่สิ่งที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดนตรีสดกลับเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจาก เหตุการณ์เหล่านั้นไม่นาน อย่างการมาถึงของกระแสนตรีดิสโก้ ดนตรีดิสโก้เข้ามาในไทยพร้อมกับมันเป็นกระแสระดับโลก ราว ๆ ปี 1977-1979 กระแสนตรีดิสโก้ทำให้บรรดาผับและสถานที่ที่มีดนตรีสดนั้นเปลี่ยนนโยบายทางดนตรีใหม่ คือ เปลี่ยนจากการเน้นนำเสนอดนตรีสดที่เป็นดนตรีร็อกมาเป็นการเปิดแผ่นเสียงเพลงดิสโก้ มีผู้รายงานว่กระแสนตรีดิสโก้ถึงขั้นทำลายวัฒนธรรมดนตรีสดในกรุงเทพฯ และอาชีพนักดนตรีเลยทีเดียว อย่างไรก็ตามก็มิมีผู้รายงานว่ กระแสนตรีดิสโก้ไม่ถึงกับทำให้นักดนตรีร็อกรุ่นก่อนต้องเลิกประกอบอาชีพนักดนตรีโดยสิ้นเชิง เพราะผับบางแห่งก็ยังมีดนตรีสดอยู่ เพียงแต่วัฒนธรรมการเล่นนั้นก็ต้องเปลี่ยนไปเล่นดนตรีดิสโก้

บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงในทางสภาพสังคมจังหวัดอุดรธานี การเข้ามาตั้งฐานทัพของสหรัฐอเมริกาในช่วงระยะเวลาราว 15 ปี ส่งผลให้สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปหลายด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจ การตั้งฐานทัพนำมาซึ่งกับอัตรการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ หลากหลาย ส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนในจังหวัดจำนวนมาก กิจการร้านค้า การบริการต่าง ๆ เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่สิ่งที่ตามมาก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียด้วย ปัญหาที่ตามมา เช่น การเพิ่มจำนวนของเด็กถูกละเมิดที่เกิดจากอาชีพขายบริการของหญิงไทยในเขตจังหวัดอุดรธานี เป็นเด็กกำพร้าและ

ครอบครัวมีปัญหา ปัญหาโรคติดต่อต่าง ๆ ที่ตามมากับการขายบริการ ปัญหายาเสพติดและอาชญากรรมที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และการละทิ้งวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้วหันไปให้คุณค่ากับค่านิยมแบบฝรั่ง ทั้งการใช้จ่ายแบบสุรุ่ยสุร่ายด้วยการที่เห็นว่าเงินนั้นสามารถหาได้ง่ายดายเมื่อเวลามาถึงช่วงการถอนทัพของสหรัฐอเมริกา ทำให้เศรษฐกิจซบเซาลงอย่างรวดเร็ว การจ้างงานต้องลดลงเนื่องจากการปิดกิจการของธุรกิจต่างๆ ผู้คนส่วนใหญ่ย้ายกลับภูมิลำเนาเดิมของตน ในขณะที่บางส่วนเดินทางเข้ากรุงเทพมหานครเพื่อหางานทำ บางส่วนปักหลักที่ตัวเมืองจังหวัดอุดรธานีต่อไป

ความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมดนตรีของจังหวัดอุดรธานีในช่วงสงครามเวียดนามมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจโดยตรง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนเมื่อมีการเข้ามาตั้งฐานทัพของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้มีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจบนเทิง การเข้ามาของนักดนตรีที่มีความสามารถในการแสดง ส่งผลให้รสนิยมการฟังเพลงของผู้คนในจังหวัดอุดรธานีมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รูปแบบของการฟังเพลงและวัฒนธรรมดนตรีนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นไปตามช่วงวัยและอายุของบุคคลเป็นกลุ่มๆ ไป เช่น ผู้ฟังที่อยู่ในวัยทำงานและวัยผู้ใหญ่ก็ยังมีกระแสนิยมในการฟังเพลงแบบเดิมเช่น ลูกกรุง-ลูกทุ่ง ส่วนวัยรุ่น หรือนักเรียนนักศึกษา จะมีความสนใจในดนตรีที่มีความหนักแน่น และเร้าอารมณ์มากกว่า เช่น เฮฟวี ฮาร์ดร็อก อันเดอร์กราวด์ เป็นข้อดีที่การมีนักดนตรีชาวไทยที่มีฝีมือและรับเอากระแสนิยมเหล่านี้มาใช้เพื่อทำมาหากินหารายได้จากความต้องการและความพึงพอใจของทหารสหรัฐอเมริกา ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมกับดนตรีในแบบอื่น ๆ ด้วย มีการนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้ฟังในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เช่น รำวง รำซิ่ง กลายมาเป็น คณะรำวง ที่ไม่ได้มีแค่การแสดงเพลงรำวงเพียงอย่างเดียว และเมื่อหลังจากการถอนกำลังทหารออกจากเมืองต่าง ๆ ก็ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจซบเซาลงอย่างมาก การเคลื่อนย้ายของแรงงานที่ต้องหาแหล่งทำมาหากินใหม่ ส่งผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างมาก แต่สิ่งที่ยังคงดำเนินไปอยู่คือการเปลี่ยนแปลงของดนตรีปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและตอบสนองความต้องการ ความสนใจ ของผู้ฟังในจังหวัดอุดรธานีรวมไปถึงพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยด้วย

เอกสารอ้างอิง

- บัวพันธ์ พรหมพักพิง. (2560). ความเปราะบางของครัวเรือนในเมืองอุดรธานีภายใต้บริบทการขยายของตัวเมือง. **วารสารพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**, 19(2), 69-92.
- พงษ์ศักดิ์ ปัตถา. (2550). ผลกระทบของฐานทัพสหรัฐอเมริกาต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของเมืองอุดรธานี พ.ศ. 2505-2520. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พวงทอง ภวัครพันธุ์. (2556). **สงครามเวียดนาม: สงครามเวียดนามกับความจริงของ “รัฐไทย”**. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ภูริณัฐร์ โชติวรรณ. (2557). “กระเทยโรงงาน” ชีวิตและตัวตนข้ามเพศของแรงงานอพยพจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลำเนา เอี่ยมสะอาด. (2539). **การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อค**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แวง พลังวรรณ. (2548). **ตำนานร่ำวงกุ่มกาว คำมา รุ่งนิรันดร์**. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์ศิริธรรมออฟเซ็ท.
- ศุภกรณ์ จันทรศรีสุริยะวงศ์. (2554). **จังหวัดอุดรธานีในฐานะชุมทางยุทธศาสตร์และการค้าของภูมิภาคอินโดจีน (พ.ศ.2507-ปัจจุบัน)**. ภาคนิพนธ์ สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สาทร ศรีเกตุ. (2551). **เศรษฐกิจการเมืองในกระบวนการผลิตเพลงลูกทุ่งไทย**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุด จอนเจตสิน. (2544). **ประวัติศาสตร์เวียดนามตั้งแต่สมัยอาณาจักรขอมฝรั่งเศสจนถึงปัจจุบัน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพงษ์ ลือทองจักร (2564, 9 มกราคม). รองศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. **สัมภาษณ์**.
- อธิป จิตตฤกษ์. (2553). จาก ‘เฮฟวี่’ ถึง ‘เมทัล’: นักดนตรีเฮฟวี่เมทัลไทยจาก ‘วัยรุ่นมีอาชีพ’ สู่ ‘ผู้ใหญ่มีอาชีพ’ เล่น’, 1970-2010, บทความวิชาการวัยรุ่นกับวัฒนธรรมสมัยนิยม. **วารสารทางวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**, 22(1), 231-274.

การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้

TEACHING AND LEARNING CHINESE THROUGH SOCIAL MEDIA APPLICATIONS FOCUSSING ON INCREASING MOTIVATION IN LEARNING

ยุพดี หวลอารมณ์, จิดาภา อมรางกูร* และ วัชรภรณ์ เจริญสะอาด

Yupadee Huanarom, Jidapa Amarangkul and Watcharabhorn Charoensa-ard

กลุ่มวิชาภาษาจีน สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Chinese Subject, Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

Received: 5 January 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อจำกัดของการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศผ่านแอปพลิเคชันบนเท็ง เช่น Facebook, YouTube และ Tiktok รวมทั้งศึกษาถึงแนวโน้มของการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านช่องทางออนไลน์ในปัจจุบัน โดยพบว่า การเรียนรู้ภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันบนเท็งเป็นที่นิยมและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาการเรียนการสอนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าวต่อไปได้อย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีรูปแบบการเผยแพร่ การใช้งานที่หลากหลาย สามารถตอบสนองผู้เรียนและผู้สอน โดยสามารถปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจทางบวกให้กับผู้เรียนและเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบัน สามารถแก้ไขข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งผู้เรียนสามารถค้นหาเรียนรู้ในเรื่องที่สนใจได้ง่ายสะดวกมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้พบว่าการสอน การสื่อสาร การนำเสนอสื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ควรพึงระวังเรื่องลิขสิทธิ์ในเนื้อหาที่นำมาจัดทำสื่อการสอน เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น ผู้สอนหรือผู้จัดทำสื่อจึงควรที่จะตรวจสอบและมีการอ้างอิงถึงเจ้าของข้อมูลที่น่ามาอ้างอิงในผลงานของตน

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, ภาษาจีน, การจัดการเรียนการสอน

* ผู้ประสานงาน: จิดาภา อมรางกูร

อีเมล: jidapaama@pim.ac.th

Abstract

The objectives of this article were to explore and show the advantages and limits of teaching and learning Chinese as a foreign language via social media applications e.g., Facebook, YouTube, and TikTok; and to examine the current trend of teaching and learning Chinese on online platforms. Learning Chinese via social media applications has become popular and teaching and learning on such platforms are likely to improve continuously. This is due to a variety of content distribution formats and usage styles that can adapt to and meet teachers' and learners' needs. These social networks can positively motivate learners and suit their current lifestyles. Without time and locational limits, the learners can research and learn the topics they care about more easily and conveniently.

Moreover, individuals should beware of copyright content used in their instructional materials when presenting, communicating, and teaching on social media. To avoid copyright infringement, teachers or materials creators should verify and cite sources of the information used in their work.

Keywords: Social Media, Chinese, Teaching and learning management

บทนำ

นับตั้งแต่สถานการณ์ในประเทศไทยทุกระดับเจอวิกฤตโรคระบาด COVID-19 ตั้งแต่ช่วงปี 2563 ส่งผลให้ครู อาจารย์จำเป็นต้องเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อใช้จัดการห้องเรียนออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากห้องเรียนแบบออฟไลน์นั้นไม่สามารถดำเนินกิจกรรมใดๆได้ ด้วยข้อจำกัดของการรักษาระยะห่างเพื่อการแพร่ระบาดของเชื้อโรค (Social Distancing) ในขณะเดียวกันผู้เรียนก็ต้องเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนของตนเองด้วยเช่นกัน จึงเกิดความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ในการจัดการเรียนการสอนตามวิถีใหม่ (New Normal)

จากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในปี 2563 แสดงถึงการเติบโตของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้นถึง 150% ในรอบ 9 ปีที่ผ่านมา

และช่วงวัยที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละวันคือ Gen Y และ Gen Z ตามลำดับ หรือช่วงอายุ 19-38 ปี และ ช่วงอายุต่ำกว่า 19 ปี ส่งผลให้อาชีพที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละวันคือนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 10 ชั่วโมง 50 นาทีต่อวัน กิจกรรมออนไลน์ที่มีผู้เข้าใช้งานสูงสุด 2 อันดับแรกคือ Social Media และการดูหนังฟังเพลง นอกจากนี้ทาง We are social และ Hootsuite ยังมีการรายงานแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นที่นิยมอันดับ 1 สำหรับคนไทยคือ Facebook ตามมาด้วย Youtube และ LINE โดยแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของทุกปีคือ TikTok

เมื่อการศึกษาเข้าสู่โลกออนไลน์ จึงต้องมีตัวกลางเพื่อเชื่อมต่อกันระหว่างผู้สอนและผู้เรียน แนวทางการศึกษาหิบบใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อนำมาสอนในชั่วโมง (on-time) และชั่วโมงเรียนรู้ด้วยตนเอง (online) ในที่นี้ผู้เขียนพบว่า Social Media ต่างๆ สามารถประยุกต์ใช้ในชั่วโมงเรียนออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในชีวิตประจำวันของผู้สอนและผู้เรียนต่างมีโอกาสสัมผัสสื่อเหล่านี้ในจำนวนที่บ่อยครั้งและเป็นเรื่องปกติที่จะนึกถึง จากข้อมูลข้างต้นทำให้เราได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนการสอนทางช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะทาง Social Media หรือ สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากรูปแบบการเรียนการสอนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก จากเดิมที่ผู้เรียนนั่งฟังและจดตามเพียงอย่างเดียว ได้เปลี่ยนไปสู่การเรียนแบบมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอนมากขึ้น และการใช้สื่อดิจิทัลต่างๆ มีส่วนช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ และเข้าใจในเนื้อหาการเรียนมากขึ้นด้วย (จิรารัตน์ ประยูรวงษ์, 2562) ผู้สอนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ช่องทางการสอนที่ทันสมัยและมีความน่าสนใจ เพื่อเข้าถึงผู้เรียนให้มากขึ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนให้แก่ผู้เรียน

ดังนั้นผู้เขียนมองว่าในการเลือกใช้เครื่องมือเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อการเรียนการสอนให้กับผู้เรียนรุ่นใหม่เป็นสิ่งที่ท้าทายผู้สอน เนื่องจากต้องนำเนื้อหาเชิงวิชาการและความบันเทิงมาผสมผสานให้ลงตัวก่อนนำเสนอเผยแพร่สู่ผู้เรียน เพราะสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ มีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของตนเองอย่างชัดเจน บทความนี้ผู้เขียนจึงได้รวบรวมจุดเด่น ข้อจำกัดของแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อนำไปในการผลิตสื่อการสอนเชิงสร้างสรรค์ในลำดับต่อไป

ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน ได้บัญญัติความหมายของคำว่า Social Media ไว้ว่า “สื่อสังคม” หรือ “สื่อออนไลน์” (ราชบัณฑิตยสภา, 2554) ซึ่งหมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนหรือ จัดทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆแล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (edutech14, 2014)

การเลือกใช้สื่อที่จะนำมาจัดการเรียนการสอน ผู้สอนต้องเข้าใจคุณลักษณะของ เครื่องมือและสื่อแต่ละชนิด เพื่อวางแผนและเลือกใช้ได้ตรงกับความต้องการและสอดคล้อง กับรูปแบบการเรียนรู้ (ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2556) นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังมีความสำคัญและส่งผลต่อการศึกษาและการเรียนการสอนอีกหลายประการ ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้เรียนยุคใหม่ นอกจากเป็นการปรับตัวให้ทันยุคสมัยและก้าวทันเทคโนโลยีแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียน มีการเรียนรู้ผ่านการใช้สื่อและเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนการสอน และสอดคล้องกับทักษะการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21

2. สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กอบวิทย์ พิริยะวัฒน์ (2554) และวัชรพงษ์ หวันสมาน (2558) ที่ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการจัดการเรียนการสอนสามารถเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจต่อสิ่งที่ เรียน และยังพบว่าการเรียนรู้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ นักศึกษาในทางที่ดีอีกด้วย

3. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการประยุกต์ใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่มีอยู่อย่าง คุ่มค่าและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจัดการเรียนการสอน ทำให้นำเครื่องมือที่มีอยู่บนระบบอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และคุณค่ามากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเรียนรู้ (ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2556) เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ อย่างไร้ขีดจำกัดจากหลากหลาย อุปกรณ์

4. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้และกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมี วิจารณญาณ Poore อ้างถึงใน สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษา ของ สุรศักดิ์ ปาเฮ (2555)

ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถใช้ในการเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการทางความคิดของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตีความ รวมถึงทักษะการประเมินผลและตรวจสอบ

5. เป็นสื่อตัวกลางเชื่อมต่อระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และสามารถที่จะตอบสนองในด้านความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ ช่องว่างระหว่างวัยและทัศนคติความคิดที่ต่างกันเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสรรคและช่องว่างในการเรียนการสอน การนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมจะทำให้ช่องว่างระหว่างอาจารย์ผู้สอนและผู้เรียนลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล บุญสูง (2561)

Social Media หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับการพัฒนาขึ้นจากความต้องการของคนที่มีความต้องการพื้นฐานที่จะทำกิจกรรม พูดคุย พบปะ แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในสังคมที่อาศัยอยู่ร่วมกัน โดยปัจจุบันการสื่อสารทุกคนสามารถติดต่อถึงกันได้โดยอาศัยความสามารถของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร จึงไร้ข้อจำกัดด้านระยะทาง งบประมาณ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เครื่องมือด้านเทคโนโลยีการสื่อสารจึงเกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนการทำกิจกรรมร่วมกันของคนในสังคม หากมองเป็นปัจจัยด้านบวก ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนการสอนมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

การสอนภาษาจีนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ

จากที่ผู้เขียนได้รวบรวมสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ใช้เป็นวงกว้าง เช่น Facebook, Youtube และ Tiktok จึงสรุปไว้ดังนี้

1. Facebook คือ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ช่วยเชื่อมต่อระหว่างบุคคล โดยผู้สอนสามารถเผยแพร่ข้อมูลความรู้ต่างๆทาง Facebook ทั้งในรูปแบบไฟล์เอกสาร รูปภาพ และวิดีโอ รวมทั้งยังสามารถสื่อสารพูดคุยได้ตอบกับผู้เรียนได้อย่างเป็นกันเอง ทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกไปกับการเรียนและมีความกล้าที่จะพูดคุยกับผู้สอนมากขึ้น

2. Youtube คือ เว็บไซต์ที่ใช้ในการแบ่งปันไฟล์วิดีโอ ผู้สอนสามารถอัปโหลดและเผยแพร่วิดีโอผ่านทาง Youtube และสามารถใช้วิดีโอที่มีอยู่แล้วในนั้นในการเรียนการสอน (สุพรรณ น้อยนคร, 2562) ผู้เรียนสามารถเข้าชมวิดีโอได้ทุกที่ทุกเวลาที่มีอินเทอร์เน็ต จึงทำให้เป็นช่องทางที่สะดวกต่อทั้งผู้สอนและผู้เรียน

3. Tiktok คือ แอปพลิเคชันที่เป็นบริการเครือข่ายสังคมสัญชาติจีน ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้น ๆ ความยาวไม่เกิน 15 วินาที วิดีโอใน Tiktok มีเนื้อที่สั้นกระชับสามารถใส่เพลงประกอบและตกแต่งให้สวยงามได้ จึงดึงดูดความสนใจผู้เรียนได้เป็นอย่างดีและเข้าถึงผู้เรียนได้จำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น

application	function	interaction	category	download	privacy group
			online		
			online and offline		
			online and offline		

ภาพที่ 1 รูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชันต่างๆ

จากภาพที่ 1 พบว่า Facebook มีรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากที่สุด โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และเอกสาร ในขณะที่ Youtube และ Tiktok เผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบของวิดีโอเพียงเท่านั้น ในด้านรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ หรือการสื่อสารโต้ตอบระหว่างผู้เรียนและผู้สอน Facebook, Youtube และ Tiktok สามารถทำได้ทั้งในรูปแบบการ streaming หรือการสื่อสารผ่านการถ่ายทอดสด การแสดงความเห็นเป็นข้อความใต้วิดีโอหรือโพสต์ (comment) และการพูดคุยส่วนตัว (chat) เหมือนกันทั้งหมด

ด้านการบันทึกข้อมูล Youtube และ Tiktok สามารถทำการบันทึกข้อมูลไว้ดูภายหลังได้ทั้งในรูปแบบ online และ offline ซึ่งหมายถึงการดาวน์โหลดวิดีโอเก็บไว้ได้ในทางกลับกัน Facebook จะทำได้เพียงการบันทึกข้อมูลแบบ online เท่านั้น และผลการเปรียบเทียบด้านการค้นหาข้อมูลพบว่า Facebook ไม่มีการแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของเนื้อหา ผู้เรียนจำเป็นต้องค้นหาโดยใช้ชื่อเพจของผู้สอนที่ต้องการเข้าชมโดยตรง ซึ่งอาจเป็น

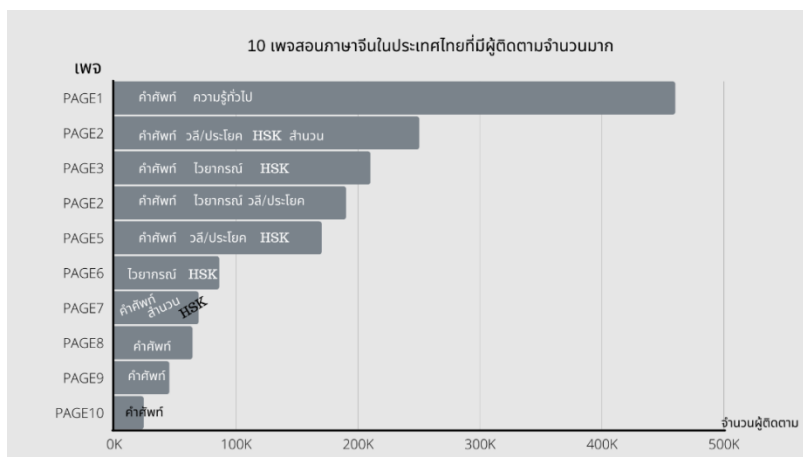
เรื่องยากหากผู้เรียนไม่มีข้อมูลของผู้สอนมาก่อนหรือไม่มีชื่อเพจที่ต้องการค้นหา ซึ่งต่างจาก Youtube และ Tiktok ที่สามารถค้นหาวิดีโอโดยเลือกตามหมวดหมู่ได้

การใช้งานแบบกลุ่มย่อยของ Facebook มีประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน เฉพาะกลุ่มที่ผู้เรียนมีระดับการเรียนรู้หรือวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่แตกต่างกัน โดย Youtube และ Tiktok ไม่สามารถแบ่งผู้เรียนเป็นกลุ่มย่อย แต่ Facebook สามารถกำหนดรูปแบบการสร้างกลุ่ม เป็นสาธารณะ(public) หรือสร้างกลุ่มส่วนตัว (private) ได้

จากภาพที่ 1 สรุปได้ว่าหากผู้สอนต้องการใช้สื่อผสมผสมผสานในการจัดการเรียนการสอน เช่น วิดีโอ รูปภาพ ข้อความบรรยาย เป็นต้น ควรเลือกใช้ Facbook แต่หากผู้สอนเน้นการเรียนการสอนและมีการจัดเตรียมเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอเพียงอย่างเดียว สามารถเลือกใช้ทั้ง Youtube และ Tiktok ซึ่งทั้งสองช่องทางมีรูปแบบการใช้งานที่คล้ายกัน ต่างกันเพียงข้อจำกัดทางเวลา โดย Youtube สามารถเผยแพร่วิดีโอที่มีความยาวได้ไม่จำกัด แต่ Tiktok จำกัดเวลาเพียง 15-60 วินาที จึงเหมาะสำหรับเนื้อหาที่สั้น กระชับ และนำเสนอได้เพียงครั้งละ 1 ประเด็นเท่านั้น

การสอนภาษาจีนผ่าน Facebook

Facebook เป็นเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ผู้เรียนและผู้สอนสามารถเข้าใช้ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายให้ผู้พัฒนา เดิมมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคล และต่อมาได้มีการพัฒนามาเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น จนกลายเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการเรียนการสอนภาษาจีนด้วยตนเอง ผู้เรียนจำนวนมากเข้าถึง Facebook ได้ในระยะเวลาอันสั้น เมื่อผู้เรียนภาษาจีนแต่ละคนมีชื่นชอบการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน ทำให้มีการประยุกต์ใช้เพจ Facebook (fanpage) เพื่อสอนภาษาจีนจำนวนมาก จากการสำรวจเนื้อหาเพจสอนภาษาจีนโดยผู้ใช้ Facebook บัญชีทั่วไปในประเทศไทย ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 จำนวน 10 เพจ เรียงจากจำนวนผู้ติดตามระหว่าง 24,000 – 250,000 คน พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่อไปนี้



ภาพที่ 2 เพลงสอนภาษาจีนในประเทศไทยที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและประเภทเนื้อหา

ภาพที่ 2 แสดงข้อมูลเพลงสอนภาษาจีนในประเทศไทย 10 เพลงที่มีจำนวนยอดไลค์จำนวนมาก ผู้เขียนพบว่าเนื้อหาที่แต่ละเพลงนำเสนอสามารถจัดประเภทได้ดังต่อไปนี้

1. คำศัพท์ในชีวิตประจำวัน เป็นเนื้อหาที่เป็นจุดร่วมกันของทุกเพลง โดยจะนำเสนอคำศัพท์เป็นหมวดหมู่ ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้เป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ได้จริงเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว จึงทำให้ผู้เรียนสนใจจำนวนมาก
2. วลีและรูปประโยคสั้นๆ เช่น วลีติดปาก ประโยคสั้นๆ สำหรับชมเชยผู้อื่น วลีฮิตในโลกออนไลน์ เป็นต้น โดยเป้าหมายของเนื้อหาประเภทนี้คือการช่วยให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารเป็นประโยคสั้นๆ ได้
3. ไวยากรณ์ เช่น การอธิบายโครงสร้างประโยค ความแตกต่างของการเลือกใช้คำศัพท์ และการใช้คำเชื่อม เป็นต้น เนื้อหาประเภทนี้จะปรากฏในเพลงที่เน้นเนื้อหาทางวิชาการเป็นสำคัญ และมีผู้ติดตามเพลงที่มีพื้นฐานความรู้ภาษาจีนในระดับกลางถึงระดับสูง
4. HSK คือการทดสอบวัดระดับภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติ โดยเนื้อหาประเภทนี้จะเป็นการรวบรวมคำศัพท์และอธิบายตัวอย่างข้อสอบ HSK ให้แก่ผู้เรียน ซึ่งจะเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้เรียนที่มีเป้าหมายการเรียนภาษาจีนเพื่อสอบ HSK ผู้เรียนสามารถบันทึกรูปภาพเนื้อหา คำศัพท์เก็บไว้เพื่อใช้ในการท่องศัพท์ได้

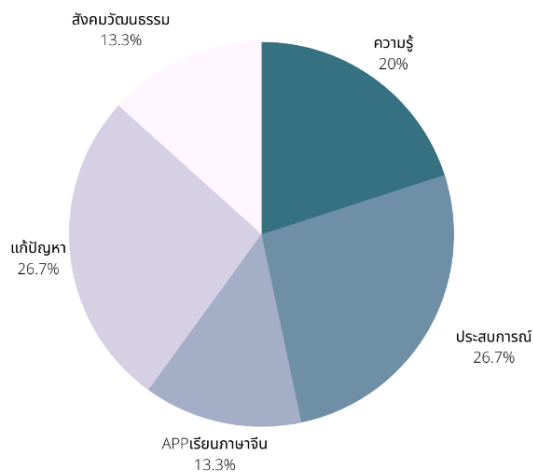
5. ข้อคิดคำคม สำนวนและสุภาษิต การนำเอาข้อคิดคำคมภาษาจีนมาแปลเป็นภาษาไทยเป็นอีกหนึ่งเนื้อหาที่มีผู้เรียนจำนวนมากให้ความสนใจ เพราะนอกจากจะได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆแล้ว ยังได้อ่านข้อคิดที่ให้กำลังใจอีกด้วย

6. ความรู้ทั่วไป รวมไปถึงการแนะนำวัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของคนจีนในสมัยปัจจุบัน เนื้อหาประเภทนี้ช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีนสมัยใหม่มากขึ้น และยังช่วยดึงดูดความสนใจให้ผู้เรียนมีความต้องการเรียนภาษาจีนมากขึ้นอีกด้วย

การสอนภาษาจีนผ่านเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

ยูทูป หรือ ยูทูป ดอท คอม (youtube.com) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อวิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต มีการจัดประเภทและหมวดหมู่ในการเลือกรับชมที่หลากหลาย เช่น ประเภทภาพยนตร์ ประเภทเพลง ประเภทรายการทีวี และประเภทรายการบนเว็บ ผู้ใช้งานสามารถรับชมสื่อจากสมาชิกบนเครือข่ายนำมาแบ่งปัน ขณะเดียวกันผู้ใช้ยังสามารถนำเสนอภาพวิดีโอเผยแพร่สู่สมาชิกคนอื่นๆบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจเว็บไซต์ยูทูปตั้งแต่วันที่ 30 กันยายน 2563 โดยใช้คำสำคัญ “เรียนภาษาจีน” ในการค้นหาและกำหนดให้แสดงวิดีโอที่มีจำนวนการรับชมจากมากไปน้อย (410,000 – 91,000 ครั้ง) พบว่า 10 อันดับแรกของการแสดงผล ที่ตรงใจน่าสนใจสามารถสรุปได้ รวม 5 ประเภท ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับภาษาจีนที่มีจำนวนการรับชมสูงทาง Youtube

จากประเภทเนื้อหายอดนิยมบน YouTube จำแนกรายละเอียด ดังนี้

1. ประเภทแก้ปัญหาการเรียน เนื้อหาจะมุ่งเน้นวิธีการแก้ปัญหาการเรียนต่างๆ ในการเรียนภาษาจีนเช่นการออกเสียงการอ่านคำศัพท์การเตรียมตัวสอบ
2. ประเภทความรู้ เนื้อหาจะมุ่งเน้นการให้ความรู้ในหัวข้อบางหัวข้อโดยเส้นหัวข้อที่ค่อนข้างชัดเจนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ มีเทคนิคในการดึงดูดผู้ชมด้วยการใช้คำพาดหัวด้วยตัวเลข ซึ่งทำให้ผู้ชมที่ได้อ่านข้อความสามารถคาดเดาได้ทันทีว่าหากทำตามแล้วจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยเทคนิค หรือวิธีที่นำเสนอในวิดีโอ
3. ประเภทประสบการณ์ เนื้อหาจะมุ่งเน้นการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงของผู้เขียนหรือ Youtuber (ผู้สร้างเนื้อหา) ของคลิปที่นำเสนอ เช่น ประสบการณ์การใช้ชีวิต ประสบการณ์การเรียน
4. แอปพลิเคชัน ตัวช่วยในการเรียนภาษาจีน เนื้อหาจะมุ่งเน้น แอปพลิเคชัน ต่างๆ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนโทรศัพท์มือถือ
5. สังคมและวัฒนธรรม เนื้อหาจะมุ่งเน้นการเปรียบเทียบทางสังคมและวัฒนธรรม การเลือกใช้ถ้อยคำประโยคต่างๆ เพื่อสื่อสารในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

จากการสังเกตของผู้เขียนในจำนวน 10 คลิปที่เป็นที่นิยมของผู้รับชมทางเว็บไซต์ YouTube ดังกล่าว พบว่าจำนวนของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านคลิปจะเป็นเนื้อหาสั้นๆ โดยมีระยะเวลานำเสนอไม่เกิน 5-6 นาทีที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายเนื้อหาไม่ซับซ้อน อีกทั้งยังใช้เทคนิคบนรูปภาพปกย่อของคลิป (thumbnail) เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมตัดสินใจเข้าไปชมด้วยข้อความสั้นชวนติดตาม เช่น ทำไม ทำอย่างไร ต้องมี ใช้บ่อย ใช้จริง

การสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน ตี๊กตอก (TikTok)

ตี๊กตอก (TikTok) หรือที่รู้จักในชื่อภาษาจีนว่า “Douyin (抖音)” มีจุดเด่นในการสร้างและแชร์วิดีโอสั้นๆ ไม่เกิน 60 วินาที ปัจจุบันเป็นแอปพลิเคชันที่นิยมนำมาใช้ในการสอนภาษาจีนมากยิ่งขึ้นโดยการทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ โดยในแต่ละคลิปมุ่งนำเสนอเนื้อหาเพียงหนึ่งประเด็นเท่านั้น และด้วยจุดเด่นดังกล่าวทำให้ตี๊กตอก (TikTok) กลายเป็นสื่อที่นิยมในกลุ่มผู้เรียนที่ต้องการทั้งความรู้และความสนุกสนานในเวลาเดียวกัน

จากการสำรวจ ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 โดยใช้คำสำคัญหรือแฮชแท็ก (hashtag) “#สอนภาษาจีน” และ “#ภาษาจีน” พบว่ามีการแสดงผลลัพธ์บัญชีผู้สอนภาษาจีนจำนวนมาก โดยสามารถเรียงลำดับจากยอดผู้กดถูกใจหรือยอดไลค์ของ 10 บัญชีผู้ใช้งานยอดนิยมที่แบ่ง

ตามจำนวนยอดผู้ถูกใจระหว่าง 210,000 ถึง 2,200,000 คน พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหา (content) ที่คล้ายคลึงกัน โดยสามารถแบ่งหมวดหมู่และประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับการสอนภาษาจีนที่เป็นที่นิยมบนติ๊กต็อก (Tiktok) ได้จำนวน 6 ประเภทดังนี้

1. คำศัพท์ในชีวิตประจำวัน หมวดหมู่นี้จะแสดงถึงเนื้อหาที่เป็นคำศัพท์ที่พบและใช้บ่อยในชีวิตประจำวัน โดยมีการจัดทำเนื้อหาเป็นหมวดหมู่และนำเสนอคำศัพท์พร้อมคำอธิบาย หมวดหมู่ที่พบบ่อยและเป็นที่ยอมรับ เช่น อาชีพ อาหาร กริยาอาการ เป็นต้น

2. ประโยคและวลี หมวดหมู่นี้จะแสดงถึงเนื้อหาที่เป็นประโยคหรือคำพูดสั้นๆ ที่สามารถจำและนำไปใช้ได้เลย โดยเนื้อหาจะเป็นวลีที่ได้ยินและพบบ่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นในหนังสือหรือในชีวิตจริง โดยมากจะอธิบายเนื้อหาที่แสดงถึงการใช้ประโยคหรือวลีนั้นในสถานการณ์ต่างๆ อย่างกระชับชัดเจน เช่น วลีที่ใช้ในการขอโทษ ขอขอบคุณ เป็นต้น

3. ไวยากรณ์ แสดงเนื้อหาที่เป็นโครงสร้างทางภาษาหรือลักษณะพิเศษทางไวยากรณ์ มีรูปแบบโครงสร้างประโยคไม่ซับซ้อน และยังแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับคำศัพท์หรือคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน คำที่ผู้เรียนมักจะเกิดความสับสนบ่อยๆ โดยอธิบายให้เข้าใจง่าย สามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว

4. สำนวน สุภาษิต ข้อคิดคำคม เป็นการนำเสนอเนื้อหาสำนวนสุภาษิตที่ได้ใช้และพบเจอบ่อยๆ ในชีวิตประจำวัน โดยมากมักจะมีวลีคล้ายคลึงหรือเหมือนกับสำนวนและสุภาษิตในภาษาไทย โดยมีการใช้คลิปการ์ตูนหรือนิทานมานำเสนอ วิธีนี้สามารถดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุก ไม่น่าเบื่อ

5. ความรู้รอบตัว เป็นการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรือมีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในด้านเกร็ดความรู้ ศิลปะ วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ และสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของประเทศไทย

6. เทคนิคการออกเสียง สอนกลวิธีและเทคนิคการออกเสียงสำหรับเสียงที่ผู้เรียนออกได้ยาก เช่น การออกเสียงที่ต้องห่อลิ้น เช่น การออกเสียงพยัญชนะ zh ch sh เพื่อให้ผู้เรียนออกเสียงได้ถูกต้องยิ่งขึ้น

การสร้างเนื้อหาการสอนภาษาจีนทางสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนทางสื่อสังคมออนไลน์ ผู้สอนภาษาจีนบนสื่อสังคมออนไลน์นิยมใช้เทคนิคและลีลาในการนำเสนอ ดังนี้

1. รายละเอียดของช่องชัดเจน ได้แก่ ข้อมูลช่องทางในการติดต่อ พูดคุยกับสมาชิก อีกทั้งใช้รูปภาพหน้าปกบนช่องที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. เนื้อหามีคุณภาพ การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ เป็นที่สนใจของกลุ่มคนดูในขณะนั้น เนื้อหามีความทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน รวมถึงช่วยแก้ปัญหาของกลุ่มคนดู เปิดรับผู้สนับสนุนตามความเหมาะสม ไม่ยึดเยียดโฆษณาจนเกินไป
3. มีฐานผู้ชมจากสื่อโซเชียลอื่นๆ ผู้สอนส่วนใหญ่ไม่ได้เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์แค่เพียงช่องทางเดียว แต่ยังใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางอื่นๆเพิ่มเติม เช่น Facebook, Instagram ซึ่งทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการเข้าถึงเนื้อหาตามความสนใจ ความสะดวกและความถนัด
4. การนำเสนอแบบเอดดูเทนเมนต์ (Edutainment) เป็นการสร้างเนื้อหาที่ผสมผสานระหว่างสาระความรู้ด้านการศึกษา (Education) และความบันเทิง(Entertainment) ใช้วิธีการเล่าเรื่องที่ดึงดูดความสนใจ มีพิธีกรดำเนินรายการ
5. เสริมสร้างทักษะและสร้างแรงบันดาลใจ ผู้เขียนพบว่าวิดีโอที่ได้สำรวจข้างต้นมีเนื้อหาค่อนข้างสร้างสรรค์ อีกทั้งเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ชมเกิดคำถามหลังการรับชม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หยกขาว สมหวัง (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาทักษะทางภาษาจีนจากประโยชน์ของการใช้ Facebook ในกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อ Facebook ที่ใช้ในการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับภาษาจีน คือ เพลง รองลงมา คือ คลิปวิดีโอ และกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ Facebook ในการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับภาษาจีน ในการเรียนรู้คำศัพท์ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร เช่น การพูดในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความภาษาจีน และสร้างความเข้าใจในการติดตามเพลง ภาพยนตร์ วรรณกรรม ศิลปินที่ชื่นชอบ

ปณิศา อินทรักษา (2561) ศึกษาเรื่องการจัดการเรียนรู้ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ โดยเน้นให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาท

มากขึ้นในการจัดการศึกษาในปัจจุบัน โดยสร้างการรับรู้ปัจจัยด้านบวก เช่น โอกาส ค่าใช้จ่าย และเพิ่มความสะดวกสบาย เนื่องจากช่วยลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการเดินทาง

นฤมล บุญส่ง (2561) พบว่า เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการเรียนการสอน ในศตวรรษที่ 21 ผู้สอนมีการนำสื่อสังคมเช่น Facebook หรือ Instagram เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น และเมื่อมีการประยุกต์ใช้สื่อสังคมในการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนจะได้รับการส่งเสริมความสามารถทางด้านสติปัญญา ทักษะการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในการทำสิ่งต่างๆ สร้างเสริมแรงจูงใจในการเรียน ยิ่งไปกว่านั้นผู้เรียนยังได้เรียนรู้ทางสังคมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook เข้ามามีบทบาทในการเรียนการสอนส่งผลให้มีการกระชับและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

บทสรุป

ความน่าสนใจ ทันสมัย ของสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 3 ชนิด ดึงดูดให้มีทั้งผู้เรียนและผู้สอนจำนวนมากเลือกใช้ช่องทางดังกล่าวสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีน Facebook เหมาะสำหรับการสอนที่ต้องใช้ความหลากหลายในการนำเสนอ Tiktok เหมาะสำหรับการนำเสนอเนื้อหาประเด็นสั้นๆ เพียงครั้งละ 1 ประเด็น และ Youtube เหมาะสำหรับการอธิบาย นำเสนอและการสาธิต โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ดังนั้นเมื่อเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจัดการเรียนการสอนแล้วจะต้องพิจารณาเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นสำคัญ และผู้สอนควรใช้สื่อที่เหมาะสมกับผู้เรียนโดยวิเคราะห์จากเพศ อายุ ความพร้อมในการใช้สื่อ และความพร้อมในการรับรู้ ทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนแต่เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้กิจกรรมการเรียนการสอนมีความน่าสนใจ สร้างบรรยากาศที่ดีในชั้นเรียน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ผู้สอนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการสอนในชั้นเรียนปกติสู่ห้องเรียนออนไลน์ ส่งผลให้การเรียนการสอนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมและจำเป็นมากขึ้น ทั้งนี้สื่อการสอนรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ เสมือนดาบสองคม เมื่อก้าวถึงด้านบวกเป็นดังข้อมูลที่เสนอไว้ข้างต้น แต่อีกด้านหนึ่ง อาจทำให้ผู้เรียนรู้สึกอึดอัดจากการถูกเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว หรือ ถูกวิจารณ์ผลงานในชั้นเรียนจากผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้น ดังนั้นประเด็นดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ผู้สอนต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถี่ถ้วน ตลอดจนจรรยาบรรณในการเลือกใช้สื่อ กล่าวคือในด้านลิขสิทธิ์ของผลงาน ควรปกป้องผลงานตนเองที่เผยแพร่ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ และการระมัดระวังไม่ละเมิดผลงานของผู้อื่น

เอกสารอ้างอิง

- กอบวิทย์ พิริยะวัฒน์. (2554). **ผลงานทางวิชาการ**. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2563, จาก <http://teacherkobwit2010.wordpress.com/>
- Phiriyapat, K. (2011). **Academic work**. Retrieved July 10, 2020, from <http://teacherkobwit2010.wordpress.com/>
- จิรารัตน์ ประยูรวงษ์. (2562). การเรียนรู้ภาษาอังกฤษบนโลกดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 13(1), 210-223.
- Prayoonwong, C. (2019). Digital learning: learning English in the digital world of the 21st century. **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University**, 13(1), 210-223.
- นฤมล บุญส่ง. (2561). สื่อสังคมกับการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21. **Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 11(1), 2873-2885.
- Bunsong, N. (2018). Social media of enhance 21st century fducation. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 11(1), 2873-2885.
- ปณิตตา อินทรักษา. (2562). การจัดการเรียนรู้ด้วยสื่อสังคมออนไลน์. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 21(4). 357-364.
- Intharaksa, P. (2019). Learning management with Social Media. **Journal of Education Naresuan University**, 21(4). 357-364.
- ภาสกร เรืองรอง, ประหยัด จิระวรพงศ, วณิชชา แม่นยำ, วิลาวัลย์ สมยาโรน, ศรัณยู หมั่นเดช และ ชไมพร ศรีสุราช. (2556). **โซเชียลมีเดียกับการศึกษาไทย**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก <https://hooahz.files.wordpress.com>
- Ruengrong, P., Jiravarapong, B., Manyum, W., Somyaron, W., Muendet, S., & Srisurat, C. (2013). **Social media in Thailand education**. Retrieved June 25, 2020, from <https://hooahz.files.wordpress.com>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **สื่อสังคม-เครือข่ายสังคม**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=4357>

- The Royal Institute. (2011). **Social Media-Social Network**. Retrieved June 25, 2020, from <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=4357>
- วัชรพงษ์ หวันสมาน. (2558). ผลของการใช้เฟสบุ๊กเป็นสื่อกลางในการสอนอ่านภาษาอังกฤษเฉพาะทางให้กับผู้เรียนที่มีความสามารถทางภาษาในระดับพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2563, จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/10524/1/400851.pdf>
- Wansaman, W. (2015). **Effects of using facebook as a medium for teaching esp reading for beginners. The degree of Master of Arts in teaching of English as an International language Prince of Songkla University**. Retrieved July 10, 2020, from <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/10524/1/400851.pdf>
- สุพรรณ น้อยนคร. (2562). การจัดการเรียนรู้แบบโครงการบูรณาการกับโซเซียลมีเดียเพื่อเสริมสร้างทักษะด้านสารสนเทศและเทคโนโลยีของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 26(3), 25-38.
- Noinakorn, S. (2019). Project-Based Learning with Social Media to promote Information and Technology Skills of learner in the 21st century. **Humanity and Social Science Journal**, 26(3), 25-38.
- สมหวัง หยกขาว. (2562). การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนจากประโยชน์ของการใช้ Facebook ในกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 8(2), 157-171.
- Somwang, Y. (2019). The development of Chinese skill form Facebook usage among Chinese student groups in Udon Thani Rajabhat University. **Udon Thani Rajabhat University Journal of Humanities and Social Sciences**, 8(2), 157-171.
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2554). **โซเซียลมีเดียเพื่อการศึกษา**. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2563, จาก <https://krusirinapa.files.wordpress.com>

Pahe, S. (2011). **Social media for education**. Retrieved July 10, 2020, from <https://krusirinapa.files.wordpress.com>

edutech14. (2557). **การประยุกต์ใช้ Social network และ social Media สำหรับการศึกษา**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก <http://edutech14.blogspot.com/2014/05/social-network-social-media.html>

edutech14. (2014). **แอปพลิเคชัน of social network and social media for education**. Retrieved June 25, 2020, from <http://edutech14.blogspot.com/2014/05/social-network-social-media.html>

ผันเปลี่ยนหมุนเวียน: ทุนในสังคมอีสานยุคไทยแลนด์ 4.0 TRANSFORMATION: CAPITAL IN ISAN SOCIETY, THAILAND 4.0

ประภาพร สุปัญญา*
Prapaporn Supunya*

ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Bueng Kan Education Center, Udon Thani Rajabhat University

Received: 10 February 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

บทความวิชาการ เรื่อง ผันเปลี่ยนหมุนเวียน: ทุนในสังคมอีสานยุคไทยแลนด์ 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์การใช้และการผันทุนของคนในสังคมอีสานยุคใหม่ ภายใต้แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu ในบริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทย ที่ก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า สังคมอีสานยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และเทคโนโลยี ด้วยอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์และระบบทุนนิยม ทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับ “เงินตรา” ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนอีสานเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น “ทุน” จึงเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้ง 1) ทุนเศรษฐกิจ คือ เงินและทรัพย์สินที่นำไปลงทุนได้ 2) ทุนสังคม คือเครือข่ายความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นในสังคมอีสาน 3) ทุนวัฒนธรรม คือ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ การศึกษา อาชีพ รวมถึงชนบทที่อยู่กับคนอีสาน ทำให้เกิดการเอาตัวรอดอย่างมีกลวิธี และ 4) ทุนสัญลักษณ์ ที่กล่าวถึงตำแหน่ง การยอมรับ และอำนาจ ซึ่งเริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในสังคมอีสานยุคใหม่ โดยทุนทั้ง 4 ชนิดนี้ สามารถเลื่อนไหลและ “ผัน” ไปมาหากันได้อย่างเป็นพลวัต ผ่านการใช้และการสะสม เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และดำรงชีพในสังคมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: แนวคิดทุน, สังคมอีสาน, ไทยแลนด์ 4.0

* ผู้ประสานงาน: ประภาพร สุปัญญา

อีเมล: supunya_1980@hotmail.com

Abstract

This article aims to analyze the phenomenon of use and diversion of capital in the modern Isan society. Under the capital concept of Pierre Bourdieu in the context of the transformation to Thailand 4.0. Isan society in Thailand 4.0 era has developed infrastructure, transport and technology with the influence of globalization and capitalism, that makes people focus on “money” which is an important condition that has changed the way of life of Isan people. Therefore, “capital” has come to play a more active role in life, both 1) Economic capital is money and property, that can be invested. 2) Social capital is a network of strong relationships which is a distinctive feature in Isan society. 3) Cultural capital is skill and expertise career education Including customs that live with Isan people This resulted in a strategy of survival, and 4) Symbolic capital that refers to position, acceptance and power, which began to play an increasingly important role in modern Isan society, where these four types of capital were able to flow and diverge to each other dynamically, through use and collection to be able to cope with the situation that arises and continue to live in society sustainably.

Keywords: Capital, Isan Society, THAILAND 4.0

บทนำ

ไทยแลนด์ 4.0 ถือเป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจ มีเป้าประสงค์เพื่อขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ผ่านเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) เน้นอุตสาหกรรมภาคบริการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2561) ซึ่งส่งผลให้ปัจจุบันสังคมอีสานมีความเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และส่งผลกระทบอย่างมากต่อความเป็นอยู่ของคนอีสาน

ทั้งนี้ เมื่อสังคมเมืองเติบโตตามกระแสทุนนิยม คนอีสานได้รับทั้งโอกาสในการทำงาน และการใช้ชีวิตบนพื้นฐานของความสะดวกสบาย ความทันสมัยที่ถูกพัฒนาขึ้นทำให้มีโอกาสเข้าถึงและบริโภคมากขึ้นตามกระแสของทุนนิยม สภาพการบริโภคที่เกิดขึ้นจากโครงสร้างของสังคมอีสานทั้งเขตเมืองและเขตชนบทนั้น น่าจะทำให้คนอีสานเรียนรู้ที่จะนำทุนที่มีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ (Bourdieu, 1984) ซึ่งทุนแต่ละชนิดล้วนมีความสำคัญต่างกัน แต่เชื่อมโยงสัมพันธ์และเลื่อนไหลหากันได้อย่างแนบเนียน ผ่าน “การผันทุน” โดยบทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์การใช้และการผันทุนของคนในสังคมอีสานยุคใหม่ ภายใต้แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu ที่ประกอบด้วย ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ ในบริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยที่ก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะนำไปสู่ข้อถกเถียง และข้อเสนอแนะต่อสังคมอีสานในยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

บทความวิชาการเรื่อง ผันเปลี่ยนหมุนเวียน: ทุนในสังคมอีสานยุคไทยแลนด์ 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์การใช้และการผันทุนของคนในสังคมอีสานยุคใหม่ ภายใต้แนวคิดเรื่องทุนของ Bourdieu (1984) ที่ประกอบด้วย ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ ในบริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยที่ก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

ทุนในสังคมอีสานยุคใหม่

บริบทของความเป็นอีสาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย หรือที่ในบทความฉบับนี้ใช้คำว่า “อีสาน” ซึ่งเป็นคำที่ถูกทางการใช้ในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อการสร้างสำนึกความเป็นอีสานที่มีความหลากหลาย แทนที่คำว่าลาว (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2558) มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประกอบด้วย 20 จังหวัด มีกลุ่มชาติพันธุ์มากกว่า 10 กลุ่ม ซึ่งสืบทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตมาจากอาณาจักรล้านช้างในอดีต มีภาษาเขียนอีสานเป็นของตนเอง แต่ถูกกลืนกลายโดยการสอนภาษาไทยในระดับประถมศึกษาราวปี 2464 ปัจจุบันใช้ภาษาไทยกลางเป็นภาษาราชการ และมีภาษาถิ่นอีสานเป็นภาษาพูด ซึ่งมีสำเนียงแตกต่างกันตามพื้นที่

ส่วนการตั้งถิ่นฐาน ในอดีตมักตั้งถิ่นฐานตามทีราบลุ่มแม่น้ำ อยู่อาศัยรวมกันเป็นกลุ่ม แต่ในปัจจุบันมีการตั้งบ้านเรือนตามลักษณะที่พบเห็นได้ทั่วไปตามที่ดิน (ที่สูง) ส่วนที่ราบลุ่มมักใช้ทำการเกษตร ทั้งนี้ ยังมีข้อห้ามหลายประการที่คนอีสานเรียกว่า “ชะล่า” โดยมีฮีต 12 คอง 14 เป็นหลักการดำเนินชีวิตในแต่ละช่วงเดือน (ชลิต ชัยครรชิต, 2557) ส่วนความสัมพันธ์ทางสังคม คนอีสานมักอยู่กันเป็นเครือญาติหรือครอบครัวขยาย ทำให้มีเครือข่ายทางสังคมที่ดี สามารถช่วยเหลือและพึ่งพาอาศัยกันได้อย่างสะดวก และยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ อาทิ การทอผ้า ทอเสื่อ สานไม้ไผ่ หมอลำ ฃญา รวมถึงการแพทย์พื้นฐาน ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ ผู้เขียนจะนำเสนอจำแนกเป็นแต่ละทุนในประเด็นต่อไป

ทุนในสังคมอีสาน

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทุนมีพื้นฐานมาจากการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก Adam Smith ที่ให้ความหมาย ทุน ไว้ว่า ทุน หมายถึง ปัจจัยการผลิต (Factors of Production) หรือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรูปแบบหนึ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ที่ใช้ร่วมกับปัจจัยการผลิตอื่น ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และผู้ประกอบการ ส่วนทางสังคมวิทยา การวิเคราะห์เรื่องทุนมักวิเคราะห์ตามทฤษฎีที่เกี่ยวกับทุนและทุนนิยม ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ทฤษฎีทางด้าน Marxist โดยอธิบายความสำคัญของทุนในระบบทุนนิยมว่า เป็นระบบเศรษฐกิจการเมืองที่ถูกครอบงำด้วยทุน ทั้งนี้ จากทัศนะพื้นฐานแนวคิดการวิเคราะห์เรื่องทุนของ Karl Marx ได้มีนักทฤษฎีวิพากษ์รุ่นหลังขยายแนวคิดทุนออกไปอีกหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Bourdieu (1984) ได้นำเสนอแนวคิดเรื่องทุน ว่า ทุน คือ แรงงานที่ถูกสะสมในรูปแบบที่ถูกทำให้เป็นวัตถุหรือถูกรวมไว้กับปัจเจกชนหรือกลุ่มของปัจเจกชน เพื่อทำให้สามารถจัดสรรพลังทางสังคมในรูปของแรงงานที่เป็นรูปธรรม หรือแรงงานที่อยู่ในตัวบุคคล ทุน จึงเป็นมรดกที่สืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง สามารถเปลี่ยนรูปได้ มีลักษณะที่ทั้งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ รวมทั้งเป็นปัจจัยกำหนด ตำแหน่งทางสังคม (Positions) และความเป็นไปได้ของปัจเจกบุคคลในการเข้าไปอยู่สนาม (Field) ต่างๆ ที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ทางสังคม และได้นิยามทุนใหม่ เพราะเชื่อว่าสิ่งใดก็ตามที่จะมีสถานะกลายเป็นทุนก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นได้ทำหน้าที่ในฐานะความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม (Function as a Social Relation of Power) (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551)

จากนิยามข้างต้น Bourdieu จึงกำหนดขอบเขตการวิเคราะห์ทุนที่กว้างขวางมากขึ้น โดยแบ่งเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1) *ทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital)* หมายถึง การครอบครองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางเศรษฐกิจที่ช่วยเพิ่มความสามารถของปัจเจกบุคคล ขณะเดียวกันทุนสิ่งนั้นก็สามารถเปลี่ยนรูปไปเป็น “เงิน” ได้โดยตรงและทันที ซึ่งถือเป็นทุนในเชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน อาจอยู่ในรูปของเงิน เครดิต ทรัพยากรที่สามารถผันเป็นเงินได้ทั้งหมด อาทิ ที่ดิน ทรัพย์สิน หรือสวัสดิการ (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, 2550) ทั้งนี้ จากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องทุน พบว่า ทุนเศรษฐกิจที่คนอีสานมีอยู่ ได้แก่ รายได้จากการประกอบอาชีพหลัก รายได้จากการประกอบอาชีพเสริม เงินส่งกลับจากแรงงานที่ไปทำงานต่างถิ่น เงินออม ที่ดิน หรือทรัพย์สินอื่นๆ (ณัฐวรรธ อุไรอาไพ, กิรติพร จูตะวิริยะ และ จักรพันธ์ ชัดชุมแสง, 2561; Supunya & Ayuwat, 2018) ดังเช่นในงานวิจัยที่ศึกษาความสุขของครัวเรือนแรงงานอีสานย้ายถิ่นไปทำงานต่างประเทศ พบว่า ทุนเศรษฐกิจต้องเป็นทุนที่สามารถเปลี่ยนรูป หรือที่ Bourdieu (1998) คำว่า ผัน ไปเป็นเงินตราได้ (ดุขฎิ อายุวัฒน์, วณิชชา ณรงค์ชัย และ อติเรก เร่งมานะวงษ์, 2562) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าทุนเศรษฐกิจในสังคมอีสานหมายถึง เงินตรา และ ทรัพย์สินที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้ ซึ่งส่งผลต่อการคงอยู่และฐานะทางเศรษฐกิจของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมอีสาน

2) *ทุนสังคม (Social Capital)* หมายถึง เครือข่ายทางสังคม (Social Network) รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมไว้ จึงทำให้บุคคลแต่ละคนมีทุนสังคมที่แตกต่างกันตามความสัมพันธ์ทางสังคมที่ตนเองมีทั้งความสัมพันธ์กับเครือญาติ เพื่อช่วยเหลือกัน หรือแม้แต่ความสัมพันธ์กับคนในชุมชนเมื่อผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนการช่วยเหลือในระดับชุมชน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่เกิดจากโครงสร้างทางสังคม ทำให้ปัจเจกและกลุ่มเพิ่มทุนสิ่งที่ดีๆ สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์เชิงสถาบันที่คงทนของกลุ่มคนที่รู้จักกัน (Bourdieu & Wacquant, 1992) ทั้งนี้มนุษย์ใช้ทุนสังคมผ่านรูปแบบของเครือข่ายทางสังคมเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินกิจกรรมในสังคม หรืออาจใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรบางอย่างที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีพของตนเอง โดยจากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องทุน พบว่า ทุนสังคมที่คนอีสานมีอยู่ ได้แก่ การที่สมาชิกในครัวเรือน ชุมชน หรือสังคมเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กร หรือมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว และชุมชน รวมถึงการมีเครือข่ายทางสังคมที่ดี และขอความช่วยเหลือกับสมาชิกในชุมชนได้ (Meekaew &

Ayuwat, 2020; เยาวลักษณ์ แสงจันทร์ และ ชัยณรงค์ ศรีมันตะ, 2560) ดังเช่นในงานวิจัยที่ศึกษา Neolocalism and Renascent Social Capital in Northeast Thailand พบว่าเมื่อชุมชนมีทุนสังคมที่เข้มแข็ง มีความสามัคคี และมีที่ยึดเหนี่ยวร่วมกัน ย่อมเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรองกับสถานการณ์ท้องถิ่นวิวัฒน์ และยังทำให้เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอีกด้วย (Parnwell, 2017) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าทุนสังคมของคนอีสาน คือ เครือข่ายทางสังคมและความสัมพันธ์ทางสังคม โดยจำแนกได้ 3 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัวและเครือญาติ ความสัมพันธ์กับคนในชุมชน และความสัมพันธ์กับคนนอกชุมชน โดยความสัมพันธ์เหล่านี้นำไปสู่การสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนอีสานทุกกลุ่ม เพื่อให้คนอีสานสามารถใช้ทุนที่มีอยู่และผันไปใช้ทุนรูปแบบอื่นๆ ได้ง่ายและมั่นคงมากยิ่งขึ้น

3) *ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)* หมายถึง ทักษะ ความสามารถ ความรอบรู้ที่บุคลิกภาพ โดยสิ่งเหล่านั้นสามารถสืบทอดกันได้ผ่านการเรียนรู้และระบบการศึกษาเพื่อสืบทอด โครงสร้างทางสังคม เพราะระบบการศึกษามีความเกี่ยวข้องกับทุนวัฒนธรรม เพราะเด็กที่เติบโตมาจากชนชั้นใด ก็จะต้องผ่านการขัดเกลาจากชนชั้นนั้น และผลการขัดเกลาย่อมทำให้ประกอบอาชีพที่สัมพันธ์กับชนชั้นด้วย ทั้งนี้ ทุนวัฒนธรรม ถือเป็นรากเหง้าสำคัญของความเป็นอีสาน ได้แก่ ภูมิปัญญา ประเพณี ฮีตสิบสองคองสิบสี่ ความเชื่อ และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ รวมถึงอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงการเปลี่ยนผ่านของวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน (รัตนา จันทรเทาว์ และ เชิดชัย อุดมพันธ์, 2560) ทั้งนี้ มีงานศึกษาเรื่อง “ทุน” กับการสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนไทยเชื้อสายเวียดนาม ภายใต้การเปลี่ยนผ่านนโยบายในพื้นที่ชายแดนไทย-ลาว จังหวัดนครพนม ที่พบว่าคนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งปัจจุบันเป็นคนอีสานแล้ว มีทุนวัฒนธรรมที่สำคัญหลายประการ อาทิ ความเป็นชาติพันธุ์ คุณลักษณะภายใน (ความรักพวกพ้อง ประหยัดมัธยัสถ์ ความขยัน) ทักษะอาชีพและการทำงาน ระดับการศึกษา โดยงานศึกษาของประภาพร สุปัญญา (2563) ที่พบว่า คนชนเมืองมักมีทุนวัฒนธรรมในสองรูปแบบ คือ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล คือ ทักษะอาชีพทั้งในและนอกภาคเกษตร รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตร และทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน ได้แก่ ระดับการศึกษา ซึ่งทุนดังกล่าว มักถูกนำไปใช้เพื่อดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างราบรื่น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ทุนวัฒนธรรม คือ ทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมถึงประเพณีที่สืบทอดกัน

มาอย่างยาวนานของคนอีสาน ที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และการดิ้นรนของคนอีสานในแต่ละยุคสมัย โดยในปัจจุบันทุนวัฒนธรรมที่คนอีสานใช้ส่วนใหญ่คือ ทักษะ และความรู้ความสามารถ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้ ซึ่งถือเป็นการผันทุนไปสู่ทุนเศรษฐกิจอีกรูปแบบหนึ่งที่คนอีสานดิ้นรนในยุคปัจจุบัน

4) *ทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital)* หมายถึง ทรัพยากรที่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ทั้งที่มาจากสถานภาพ ชื่อเสียง ซึ่งทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบ และเกิดเป็นผลประโยชน์ต่างๆ สังคมที่มีการแบ่งงานกันทำสูงมาก ความมีชื่อเสียงก็จะแยกย่อยไปตามสาขา แวดวง ตลอดจนวงการต่าง ๆ การมีรางวัลต่างๆ ในแต่ละสาขาทำให้สังคมรู้จักมากขึ้น (Bourdieu, 1984; กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) โดยมีเงื่อนไข 2 ประการ คือ การได้รับการยอมรับจากกลุ่มในการเป็นตัวแทน และประสิทธิภาพเชิงสัญลักษณ์ หรือพลังอำนาจขึ้นอยู่กับ การยอมรับจากบุคคลอื่น ซึ่งหากคงระยะเวลานาน ก็อาจได้รับการยอมรับในระดับสถาบัน (Bourdieu, 1986) โดยในงานวิจัยศึกษาของวนิชชา ณรงค์ชัย (2559) เรื่อง การเลื่อนชั้นทางสังคมของครัวเรือนชนบท ภายหลังการถ่ายโอนทุนระหว่างรุ่นวัยพบว่า ทุนสัญลักษณ์ของคนอีสาน ได้แก่ ชื่อเสียงของสายตระกูล และสถานภาพทางสังคม และยังรวมถึงการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นในสังคมอีกด้วย (Jutaviriya et al, 2020) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ทุนสัญลักษณ์ของคนอีสาน คือ ชื่อเสียง บทบาทหน้าที่ในสังคม สถานภาพทางสังคมในชุมชน การใช้ทุนสัญลักษณ์ของคนอีสานค่อนข้างพบได้ทั่วไปในชุมชน โดยเฉพาะการแบ่งบทบาทหน้าที่ในสังคม เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ คนกลุ่มนี้มักได้รับการยอมรับมากกว่าคนอีสานกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่มีบทบาทหน้าที่ในชุมชน ทั้งนี้คนอีสานที่มีสถานภาพมากกว่าคนอื่นในชุมชน จะสามารถผันทุนเป็นทุนรูปแบบอื่นๆ ได้ดีกว่าคนอีสานกลุ่มอื่นที่ไม่มีบทบาทในสังคมค่อนข้างมาก

จะเห็นได้ว่า ทุนของคนอีสานมีทั้งทุนดั้งเดิมที่มีอยู่ทั่วไป และทุนที่เกิดจากการสะสม ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเชิงพื้นที่ตามกระแสโลกาภิวัตน์และทุนนิยม จากสังคมเกษตรกรรมเพื่อยังชีพ สู่สังคมเกษตรกรรมเชิงพาณิชย์ในยุคทุนนิยม สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจุบันคนอีสานมีทุนที่หลากหลาย ทั้งทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ ซึ่งทุนแต่ละชนิดจะถูกนำไปสู่การใช้และการผันทุนเพื่อการดำรงชีพ โดยอธิบายไว้ในหัวข้อต่อไป

การผันทุนของคนอีสาน

การผันทุนของคนอีสาน หมายถึง การที่คนอีสานนำทุนที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างทางเลือกในการดำเนินชีวิต และสามารถเปลี่ยนไปสู่ทุนชนิดอื่นๆได้ ซึ่งเป็นนิยามที่สอดคล้องกับ Bourdieu (1998) ประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ การผันทุนเศรษฐกิจ การผันทุนสังคม การผันทุนวัฒนธรรม และการผันทุนสัญลักษณ์ มีรายละเอียดดังนี้

1) การผันทุนเศรษฐกิจ จากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุนและการผันทุนของ Bourdieu พบว่า คนอีสานมีการครอบครองทุนเศรษฐกิจที่แตกต่างกันตามฐานะทางเศรษฐกิจตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยในที่นี้ขอยกตัวอย่างให้เห็นอย่างชัดเจน ได้แก่ ที่ดิน รายได้และเงินออม ดังนี้

1.1) การผันทุนเศรษฐกิจ: “ที่ดิน” งานศึกษาที่ผ่านมาแสดงองค์ความรู้ไว้อย่างน่าสนใจว่า ที่ดิน ถือเป็นทุนเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อคนอีสาน ทั้งที่ดินอยู่อาศัยและที่ดินทำกินที่ใช้ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพอื่นๆ โดยที่ดิน สามารถถูกขายหรือนำไปจำนอง เพื่อเปลี่ยนเป็นเงิน (ประภาพร สุปัญญา, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับกระแสทุนนิยมหรือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทำให้มีบางครัวเรือนล้มเหลวในการประกอบอาชีพหรือมีหนี้สิน จึงจำเป็นต้องขายที่ดินทำกินเพื่อใช้หนี้และเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่นแทน อาทิ รับจ้างทั่วไป รับจ้างทำงานเกษตร เป็นลูกจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม (วนิชชา ณรงค์ชัย, 2559) หรือแม้แต่การนำที่ดินไปจำนองเพื่อเปลี่ยนเป็นต้นทุนสำหรับย้ายถิ่นไปทำงานต่างประเทศ (Auraiampai, Ayuwat & Jampaklay, 2021) เพื่อส่งเงินกลับมาสร้างหรือยกฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือนให้มีความมั่นคงขึ้น รวมไปถึงการจำนองที่ดิน เพื่อเก็บไว้เป็นทุนการศึกษาให้บุตรหลาน สำหรับศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น แม้จะเป็นการลงทุนโดยไม่ได้รับผลตอบแทนทันที แต่คนอีสานก็ให้ความสำคัญกับการศึกษาของบุตรหลานเป็นอย่างมาก (ปิยพงษ์ บุญกว้าง, 2556)

นอกจากนี้ ยังมีครัวเรือนอีสานบางส่วนที่ผันทุนที่ดิน ไปสู่ทุนสังคม ด้วยการให้เครือญาติทำการเกษตร แต่ไม่เก็บเงินค่าเช่าที่ดินมีเพียงการแบ่งผลผลิตซึ่งกันและกันตามที่ตกลงกันไว้ เพื่อรักษาความสัมพันธ์หรือรักษาเครือข่ายตนเองเอาไว้ อีกทั้ง ทุนเศรษฐกิจประเภทที่ดินยังสามารถผันมาสู่ทุนวัฒนธรรมได้ ผ่านการใช้ที่ดินประกอบอาชีพเกษตรกรรม

ซึ่งเป็นการธำรงรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญา และทักษะในการทำการเกษตร รวมทั้งเป็นการสืบทอดอาชีพเกษตรกรให้คนรุ่นหลังได้ดำเนินการต่อไปในอนาคต (ประภาพร สุปัญญา, 2563)

1.2) การผันทุนเศรษฐกิจ: “รายได้และเงินออม” โดยรายได้และเงินออมถือเป็นทุนเศรษฐกิจที่มีความเป็นรูปธรรมที่สุด ถ่ายโอนได้ง่าย เปลี่ยนมือได้ง่าย และเปลี่ยนรูปได้ง่าย อาทิ การนำรายได้ไปลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้ทุนเศรษฐกิจงอกเงย หรือซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร รวมถึงการซื้อบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมเก็บไว้ เพื่อให้ลูกหลาน หรือปล่อยเช่า (ประภาพร สุปัญญา, 2563) การใช้จ่ายเงินอย่างคล่องตัวนี้ เป็นผลมาจากการพัฒนาพื้นที่ไปสู่ความทันสมัย ที่ให้คนอีสานมีโอกาสเข้าถึงทุนได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ทุนรายได้และเงินออมนี้ยังสามารถผันไปสู่ทุนวัฒนธรรมได้ ด้วยการส่งเสริมการศึกษาให้บุตรหลาน หรือนำไปลงทุนให้ตนเองมีทักษะอาชีพ (ทิพย์สุดา ปรีดาพันธุ์, 2560) และยังผันไปสู่ทุนสังคม ผ่านการที่คนอีสานให้เครือข่ายยืมเงินเมื่อเดือดร้อน หรือการลงทุนร่วมกันในกลุ่มเครือข่าย เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน รวมไปถึงการช่วยเหลือคนในชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อนผ่านการนำรายได้มาให้เพื่อนบ้านยืม และการช่วยเหลืองานบุญต่างๆ ของเพื่อนบ้าน เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีด้วยหวังว่าจะได้รับความช่วยเหลือกลับคืนเมื่อจำเป็น (ดุขฎิ์ อายุวัฒน์ และคณะ, 2562)

ทั้งนี้ งานศึกษาเรื่อง ลีลาชีวิตของคนชนเมืองในช่วงชั้นทางสังคม ยังพบว่ารายได้และเงินออมสามารถผันไปสู่ทุนสัญลักษณ์ได้ ผ่านการใช้เงินช่วยเหลืองานบุญต่างๆ ของเพื่อนบ้าน การให้เงินเพื่อนบ้านที่มาช่วยงาน ซึ่งเป็นการสร้างความไว้วางใจและความเคารพยกย่องจากคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่ตำแหน่งทางสังคมในชุมชนและการได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน อีกทั้งยังใช้รายได้ที่มีซื้อของขวัญให้กับหัวหน้างาน เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งในที่ทำงานอีกด้วย (ประภาพร สุปัญญา, 2563)

2) การผันทุนสังคม จากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุนและการผันทุนของ Bourdieu พบว่า ท่ามกลางการพัฒนาสังคมอีสานไปสู่ความทันสมัย คนอีสานมีทุนสังคมที่น่าสนใจ ได้แก่ การเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม และความสัมพันธ์กับเครือข่าย ดังนี้

2.1) การผันทุนสังคม: “การเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม” ถือเป็นกระบวนการสะสมทุนสังคมให้แก่ครัวเรือน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน คณะกรรมการกลุ่มองค์กร อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ข้าราชการ ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ทำหน้าที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อ

การสะสมทุนอื่นๆ ให้กับสมาชิกในกลุ่มและครัวเรือนในสังคมอีสาน (วณิชชา ณรงค์ชัย, 2559) โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงทรัพยากร ทุนเศรษฐกิจ ตลอดจนทุนวัฒนธรรมกลับเข้ามาสู่ชุมชนได้ เช่น สมาชิกเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านและพหุภาคีภาคอีสานสามารถนำความรู้เรื่องเกษตรผสมผสานมาเผยแพร่จนครัวเรือนอื่นๆ เปลี่ยนแปลงการผลิต อีกทั้งยังสามารถขอสนับสนุนทุนเศรษฐกิจกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ครัวเรือนและชุมชนได้เกิดการพัฒนาได้อีกทางหนึ่ง เช่นเดียวกับผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ที่สามารถก่อตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุ เพื่อดูแลสุขภาพและเป็นแหล่งเรียนรูของผู้สูงอายุในชุมชนได้อีกด้วย (Auraimapai, Ayuwat & Jampaklay, 2021)

2.2) การผันทุนสังคม: “ความสัมพันธ์กับเครือข่าย” คนอีสานได้ผันทุนความสัมพันธ์กับเครือข่ายไปสู่ทุนเศรษฐกิจประเภทเงินตรา จากการขอความช่วยเหลือทางการเงินจากเครือข่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ได้มียืมเงินเครือข่ายที่สนับสนุน มาใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หรือยืมเงินเครือข่ายเพื่อมาซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์อันดียอมให้ยืมได้ง่าย ซึ่งตนเองก็ต้องให้ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน และยังต้องการรักษาความสัมพันธ์ไว้สำหรับการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในอนาคต นอกจากนี้ยังถูกผันสู่ทุนวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มคนอีสานที่พยายามฝากลูกหลานเข้าเรียน หรือเข้าทำงาน มักใช้ความสัมพันธ์กับเครือข่ายนี้ ฝากลูกหลานให้ได้รับการศึกษาที่ดีในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง หรือการได้เข้าทำงานข้าราชการหรือบริษัทขนาดใหญ่ (Supunya & Ayuwat, 2019) โดยผู้ที่ถูกขอให้ช่วยเหลือมักเป็นผู้นำในชุมชน หรือผู้มีอาชีพมั่นคงที่สามารถเป็นที่พึ่งของเครือข่ายได้ และมีเครือข่ายกับผู้มีอิทธิพลนอกชุมชนที่สามารถช่วยเหลือได้ด้วย ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสามารถพบเห็นได้อย่างแพร่หลายในหลายชุมชนของสังคมอีสาน เนื่องจากคนอีสานบางส่วนพยายามดิ้นรนเพื่อให้ได้งานที่มั่นคงเพื่อสะสมทุนสัญลักษณ์ไว้ใช้ต่อไป

3) การผันทุนวัฒนธรรม จากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุนและการผันทุนของ Bourdieu พบว่า ทุนวัฒนธรรมที่สำคัญของคนอีสาน สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ระดับการศึกษา และทักษะอาชีพและภูมิปัญญา โดยมีรายละเอียดของการผันทุนแต่ละชนิดดังนี้

3.1) การผันทุนวัฒนธรรม: “ระดับการศึกษา” คนอีสานมักใช้ทุนระดับการศึกษาผันไปสู่ทุนวัฒนธรรมประเภทการใช้ชีวิตและการทำงาน ผ่านการนำระดับศึกษาของตนเอง

ไปใช้สมัครงาน และได้เข้าทำงานที่มั่นคง นอกจากนี้ยังผันไปสู่ทุนเศรษฐกิจผ่านการใช้ความรู้ความสามารถที่ได้จากการศึกษาในสถาบันการศึกษามาใช้สมัครงานเพื่อให้ได้ทำงานที่มั่นคงและสร้างรายได้ซึ่งเป็นทุนเศรษฐกิจให้กับตนเองและครอบครัวได้ (วนิชชา ฌรงค์ชัย, 2559; ประภาพร สุปัญญา, 2563) แสดงให้เห็นว่า ทุนระดับการศึกษาอาจไม่สามารถนำไปสู่ทุนเศรษฐกิจได้โดยตรง แต่ต้องผ่านทุนวัฒนธรรมประเภทอาชีพก่อน จึงได้มาซึ่งทุนเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ยังสามารถผันทุนระดับการศึกษาไปสู่ทุนสังคมได้ ผ่านการสร้างเครือข่ายในระดับโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยของลูกหลาน และเครือข่ายของผู้ปกครองที่มีการรักษาความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเข้าร่วมการประชุม และพบปะพูดคุยกับเพื่อนผู้ปกครองด้วยกัน จนทำให้สนิทสนมกันและนำมาสู่การช่วยเหลือกัน (ประภาพร สุปัญญา, 2563)

อีกทั้ง ทุนระดับการศึกษายังสามารถผันไปสู่ทุนสัญลักษณ์ ผ่านการสนับสนุนให้ลูกหลานได้ประกอบอาชีพที่มีเกียรติในสังคม โดยเฉพาะข้าราชการ ซึ่งทำให้เครือข่ายและคนในชุมชนยอมรับในความรู้ ความสามารถของลูกหลาน และความสามารถในการส่งลูกหลานให้เรียนในระดับที่สูงและทำงานที่มั่นคงได้ของผู้ปกครอง แสดงให้เห็นว่า ทุนระดับการศึกษานี้ ถือเป็นทุนที่สำคัญอย่างมากในการดำรงชีวิตในสังคม เพราะสามารถผันไปสู่ทุนทุกชนิดได้แก่ ทุนวัฒนธรรมด้วยกัน ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับทุนระดับการศึกษา การเข้าถึงการศึกษา และโอกาสในการเรียนรู้ของคนอีสาน เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพในยุคไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป

3.2) การผันทุนวัฒนธรรม: “ทักษะอาชีพและภูมิปัญญา” คนอีสานได้ใช้ทุนทักษะอาชีพไปสู่ทุนเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เพราะการประกอบอาชีพย่อมนำมาสู่รายได้ เพื่อนำมาใช้จ่ายและเก็บออมเงินคร่าวเรือน ทั้งรายได้หลัก และรายได้เสริมจากการใช้ทักษะอาชีพนอกภาคเกษตร เช่น การซ่อมแซมเสื้อผ้า ทอผ้า ทอเสื่อ ถักหมวก สานตะกร้า และซ่อมแซมบ้านเรือน เป็นต้น (วนิชชา ฌรงค์ชัย, 2559) ทั้งนี้ ทุนวัฒนธรรมประเภททักษะอาชีพนี้ ยังผันมาสู่ทุนสังคมได้ด้วย ผ่านการมีเครือข่ายเพื่อนร่วมงานจากการประกอบอาชีพ รวมทั้งการเกิดเครือข่ายธุรกิจจากคนอาชีพเดียวกัน หรือให้เพื่อนร่วมงานเป็นลูกค้าในการซื้อของออนไลน์ ซึ่งเป็นทั้งการเพิ่มทุนสังคมและทุนเศรษฐกิจไปพร้อมกัน นอกจากนี้ ยังผันทุนวัฒนธรรมประเภทนี้ ไปสู่ทุนสัญลักษณ์เพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับมากขึ้น จากการประกอบอาชีพที่มั่นคง ทำให้คนชนเมืองกลุ่มดังกล่าวได้รับความนิยมจากคนในชุมชนมากขึ้น

ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ความเป็นเมืองเริ่มขยายอิทธิพลสู่พื้นที่ชนบท (Thongyou, Sosamphanh, Chamaratana, & Phongsiri, 2014)

4) การผันทุนสัญลักษณ์ จากการประมวลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุนและการผันทุนของ Bourdieu พบว่า ทุนสัญลักษณ์ที่สำคัญของคนอีสาน คือ ตำแหน่งทางสังคม ซึ่งมีรายละเอียดของการผันทุนดังนี้

4.1) การผันทุนสัญลักษณ์: “ตำแหน่งทางสังคม” คนอีสานที่มีทุนสัญลักษณ์มักผันทุนสัญลักษณ์ประเภทตำแหน่งทางสังคมไปสู่ทุนเศรษฐกิจประเภทรายได้มากขึ้น เนื่องจากตำแหน่งทางสังคมที่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มีเงินเดือนประจำที่ได้รับจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงปราชญ์ชุมชน หรือผู้ทำพิธีทางศาสนาในชุมชนที่มักมีรายได้จากการบรรยายหรือประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเป็นการสะสมทุนเศรษฐกิจจากการใช้ทุนสัญลักษณ์ อีกทั้งยังผันไปสู่ทุนวัฒนธรรมได้ จากการที่มีตำแหน่งทางสังคมในชุมชน ถือเป็นแรงผลักดันสำคัญในการศึกษาต่อระดับที่สูงมากขึ้น เพื่อต้องการให้คนในชุมชนภูมิใจที่มีผู้นำมีการศึกษาสูง และสร้างความน่าเชื่อถือในการติดต่อกับหน่วยงานราชการได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังผันไปสู่ทุนสังคมได้จากการมีเครือข่ายคนรู้จักมากขึ้น ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน และสามารถขอความช่วยเหลือจากเครือข่ายที่ตนเองมีอยู่ได้ รวมถึงผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมในชุมชนบางส่วนมักเอื้อประโยชน์ให้เครือข่ายของตนเข้ามาทำงานเป็นกรรมการชุมชน หรือใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวให้การได้มาซึ่งผลประโยชน์จากพวกพ้องของตนเอง (ณัฐพล มีแก้ว, 2562; Narongchai, Ayuwat, & Chinnasri, 2016; ประภาพร สุปัญญา, 2563)

ทุนและความอยู่รอดของคนอีสานในยุคไทยแลนด์ 4.0

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งมีเป้าประสงค์สำคัญ เพื่อขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) เน้นอุตสาหกรรมภาคบริการมากขึ้น ส่งเสริมให้ประชากรมีรายได้สูง กล่าวคือ ประเทศไทยต้องมีการสร้างนวัตกรรมทางเศรษฐกิจของตนเอง พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

ในภาคอีสาน มีประเด็นท้าทายหลัก คือ การมีคนจนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ทำการเกษตรขั้นต้น มูลค่าเพิ่มต่ำ กำไรต่ำ จึงไม่สามารถหลุดพ้นจากความยากจนได้ ขณะเดียวกันสถานประกอบการขนาดเล็กก็มีอัตราการขยายตัวช้า ส่วนการค้าขายแดนก็มีสถิติมูลค่าสินค้าลดลง ทรัพยากรการท่องเที่ยวขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2561) ดังนั้น คนอีสาน จึงจำเป็นต้องอยู่รอดท่ามกลางสถานการณ์ความเสี่ยงทางสังคมข้างต้น ผ่านการผันทุนที่มีอยู่ในตนเองและมีอยู่ในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย 3 ประการของไทยแลนด์ 4.0 ได้แก่ 1) ลดความเหลื่อมล้ำ 2) เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และ 3) พัฒนาคนเพื่อความคล่องตัวในการประสานงาน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2561) โดยผู้เขียนสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) ลดความเหลื่อมล้ำ สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำทางสังคมในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมอีสานมีมาอย่างยาวนาน และฝังรากลึกลงไปในชนบท ทั้งนี้ จากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน ทั้งในและต่างประเทศ ล้วนมีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมในภาคอีสานที่พบว่า คนอีสานที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันย่อมส่งผลให้มีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และในสังคมอีสานมีทั้งกลุ่มคนรวยมาก จนถึงยากจนมาก ทั้งนี้ งานศึกษาเรื่องวิถีชีวิตทางสังคมของคนชนเมือง ได้จำแนกช่วงชั้นทางสังคมของคนอีสานไว้ 4 ช่วงชั้น ได้แก่ คนรวย คนปานกลาง คนพอมีพอกิน และคนไม่พอกิน (ประภาพร สุปัญญา, 2563) ทั้งนี้ กลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี ย่อมมีข้อจำกัดในการเข้าถึงทุน เนื่องจากเป็นผู้มีรายได้น้อย มีการศึกษาไม่มาก ซึ่งประเด็นเรื่องการศึกษา ถือเป็นข้อจำกัดสำคัญเกี่ยวกับโอกาสในการทำงาน (ชูชาติ เตชะโพธิ์วรคุณ, 2561) ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีมุมมองต่อไปว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสร้างความตระหนักให้คนเห็นความสำคัญของการศึกษามากขึ้น เพื่อให้ครัวเรือนสนับสนุนให้ลูกหลานได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น ซึ่งจะนำมาสู่การมีอาชีพและมีรายได้ที่มั่นคง ซึ่งจะสามารถยกฐานะของครอบครัวและนำมาสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมอาชีพกับผู้ที่มิมีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี ให้มีโอกาสทำงาน เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตได้ตามที่ต้องการได้อย่างเหมาะสมต่อไป ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม

2) เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน จากสถานการณ์ของสังคมอีสานในปัจจุบันที่มีอัตราการเจริญเติบโตช้าลง ส่งผลให้ภาครัฐต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ให้กับสถานประกอบการ อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมีมุมมองว่า การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ควรเริ่มจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพก่อน ซึ่งอาจดำเนินการได้ผ่านการส่งเสริมทักษะอาชีพที่จำเป็นต่อการทำงานให้กับผู้ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาเพื่อเป็น “อาวุธ” ในการทำงานได้อย่างเฉียบคม รวมทั้งส่งเสริมศักยภาพของสถานประกอบการให้สามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยการผันทุนวัฒนธรรม ในด้านทักษะอาชีพ ไปสู่ทุนเศรษฐกิจ และทุนสัญลักษณ์ เพื่อให้ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมทุนวัฒนธรรมให้กับผู้ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคม รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยให้มีความสามารถหาโอกาส และช่องทางดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนได้ นอกจากนี้ ทุนวัฒนธรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การปรับตัว โดยเฉพาะการปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ในปัจจุบันที่กำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด กลับพบว่า ในสังคมชนบทอีสานยังมีความเข้าใจเรื่องนี้ อย่างจำกัด จึงต้องขยายองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวต่อไป ขณะเดียวกัน ควรให้ความสำคัญกับทุนสังคม โดยเฉพาะเครือข่ายคนรู้จัก ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดการขยายกลุ่มเป้าหมาย และช่วยเหลือกันในอนาคตได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

3) พัฒนาคนเพื่อความคล่องตัวในการประสานงาน การพัฒนาคนเพื่อความคล่องตัวในการประสานงาน คือการพัฒนาทุนวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับทุนสังคม โดยทุนวัฒนธรรมที่ควรพัฒนาก็ยังคงเป็นการศึกษา และทักษะอาชีพ หรือนักคิดบางท่านใช้คำว่า “ทุนมนุษย์” ซึ่งเป็นทักษะและความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคลหรือกำลังแรงงาน ส่วนหนึ่งได้มาจากการศึกษา และการฝึกอบรม และอีกส่วนหนึ่งได้มาจากการประสบการณ์ที่มนุษย์ใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ (United Nations, 2015) แนวคิดเรื่องทุนมนุษย์ถูกนำมาใช้อธิบายถึงผลประโยชน์เกี่ยวกับด้านการศึกษา และการอพยพแรงงานเพื่อเพิ่มผลิตภาพที่นำมาสู่ความมั่งคั่งของชาติ กล่าวคือ “ทุนมนุษย์” อ้างถึงเรื่องกว้างๆ เกี่ยวกับความรู้และทักษะของปัจเจกที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ สามารถสะสมทุนมนุษย์ที่เป็นของตนเองเพิ่มขึ้นได้ ผ่านการศึกษา การฝึกอบรม การหางานทำ และการอพยพแรงงาน การเพิ่มขึ้นของทุนมนุษย์ยังสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะทำให้ผลิตภาพเพิ่มขึ้น และนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นด้วย (DFID, 2009) ดังนั้น ทุนมนุษย์ หรือที่ในบทความนี้เรียกว่า เป็นส่วนหนึ่งของทุนวัฒนธรรม ล้วนเป็นทุนที่มีความจำเป็นต้องพัฒนาให้กับทรัพยากรมนุษย์ของสังคมอีสาน ขณะเดียวกันก็ต้อง

ส่งเสริมการเข้าถึงหรือการใช้ทุนสังคมด้วย เพื่อให้คนรู้จักเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความคล่องตัวในการประสานงานกับภาคส่วนอื่นๆ ได้อย่างดียิ่งขึ้นต่อไป

จากการวิเคราะห์ 3 ประเด็นข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ถึงแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไปและเทคโนโลยีก้าวหน้าสักเพียงใด สังคมอีสาน ก็ยังคงมีคนจนปะปนอยู่และพบเห็นได้โดยทั่วไป โดยประเทศไทยพยายามอย่างมากในการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย โดยเฉพาะสังคมอีสานมาอย่างยาวนาน แต่ผลกลับพบว่าสังคมอีสานไม่ได้ถูกลดความเหลื่อมล้ำลงแต่อย่างใด คนรวย ยังคงรวย และคนจนยังคงจน เหมือนดังเช่นที่ผ่านมา จึงทำให้คนอีสานกลุ่มที่เป็นคนจน ต้องต่อสู้ดิ้นรนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีการแข่งขันมากกว่าที่เคย ทั้งนี้ผลสืบเนื่องมาจากการต่อสู้ดิ้นรนของคนจนในอีสานในช่วงที่ผ่านมา จำต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเองให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามคนจนเหล่านี้ส่วนใหญ่มักเป็นแรงงานไร้ฝีมือที่ขาดทักษะในการประกอบอาชีพ จึงทำให้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งงานและรายได้ที่น้อยกว่าคนอีสานกลุ่มอื่น ดังนั้นคนอีสานกลุ่มนี้จึงมักใช้ทุนทางสังคมในการสร้างเครือข่าย และความสัมพันธ์กับคนหมู่มาก เพื่อนำมาสู่การผันทุนไปสู่การได้อาชีพและรายได้จากการจ้างงานของเครือข่ายทางสังคมที่ตนสร้างไว้ ขณะที่คนอีสานบางกลุ่มเลือกผันทุนโดยการพัฒนาทักษะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การสร้างอาชีพและรายได้ที่มากขึ้น และยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจครอบครัวของตน เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ยิ่งมากยิ่งขึ้น

บทสรุป: การผันทุนกับอนาคตของคนอีสานในยุคไทยแลนด์ 4.0

จากการพัฒนาสังคมอีสานสู่ความสมัยใหม่ ส่งผลให้คนอีสานสามารถผันทุนทั้ง 4 ชนิด ได้อย่างเป็นพลวัต ทั้งทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ (Bourdieu, 1984) คนอีสานจึงมีวิถีชีวิตที่หลากหลายแตกต่างกัน บางส่วนใช้ชีวิตแบบสมัยนิยมใกล้เคียงกับคนเมือง ซึ่งมักพบมากในกลุ่มข้าราชการ และผู้ทำงานมั่นคง ส่วนกลุ่มที่ใช้ชีวิตแบบผสมผสานทั้งความเป็นเมืองและชนบท มักเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีหลายระดับทางสังคม และกลุ่มที่ใช้ชีวิตแบบชนบท มักพอใจในสิ่งที่ตนเองมี ซึ่งอาจเป็นผู้ที่มีฐานะดีหรือไม่ดีก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Savage, Ward and Devine (2005) ที่พบว่า การเข้าถึงทุนที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนวัฒนธรรม มักทำให้บุคคลเปลี่ยนสถานะเป็นผู้กระทำการเพื่อยกฐานะทางสังคมของตนเองได้

ทั้งนี้ การพัฒนา ถือเป็นศักยภาพสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนอีสานในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีประเด็นท้าทายหลายประการ ทั้งด้านเศรษฐกิจ กายภาพ การท่องเที่ยว โครงสร้างสังคม จึงทำให้คนอีสาน จำเป็นต้องอยู่รอดท่ามกลางสถานการณ์ความเสี่ยงทางสังคมข้างต้น ผ่านการพัฒนาที่มีอยู่ในตนเองและมีอยู่ในพื้นที่ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย การลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และพัฒนาคนเพื่อความคล่องตัวในการประสานงานต่อไป

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาได้มาก ไม่ได้เป็นสิ่งที่เหมาะสมเสมอไป ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนพัฒนาเฉพาะเท่าที่จำเป็น หรือแม้แต่คนอีสานบางส่วนที่มีทุนมากแต่ไม่เรียนรู้ที่จะพัฒนาไปเป็นทุนอื่น ย่อมไม่มีความเติบโตขึ้น และไม่ใช้ทักษะที่ไทยแลนด์ 4.0 ต้องการ ดังนั้นจึงควรดำเนินชีวิตอยู่ด้วยความตระหนักถึงทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจากการพัฒนา เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2561). **ประเทศไทย 4.0**. กรุงเทพฯ: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ชนิดา เสี่ยมไพศาลสุข. (2550). **เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์ / ปีแอร์ บูร์ดิเยอ**. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ชลิต ชัยครรชิต. (2557). **พลวัตวัฒนธรรม ในศิลปะอีสาน. โสวัตวัฒนธรรมอีสานในงานวิจัย**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะสังคมศาสตร์, ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.
- ชูชาติ เตชะโพธิวรคุณ. (2561). การศึกษาความเหลื่อมล้ำด้านที่อยู่อาศัยด้วยเครื่องมือเชิงประจักษ์: กรณีศึกษาชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล**, 22(1), 15-26.
- ณัฐพล มีแก้ว. (2562). **ความมั่นคงการดำรงชีพของครัวเรือนในถิ่นต้นทางของแรงงานย้ายถิ่นอีสานใต้ในอุตสาหกรรมประมงทะเล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ณัฐวรรธ อุไรอำไพ, กীরติพร จูตะวิริยะ และ จักรพันธ์ ชัดชุ่มแสง. (2561). **ทุน : การสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนไทยเชื้อสายเวียดนาม จังหวัดนครพนม. มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 35(1), 1-16.**
- ดุขฎิ อายุวัฒน์ วณิชชา ณรงค์ชัย และ อติเรก เร่งมานะวงษ์. (2562). **ความสุขของครัวเรือนแรงงานย้ายถิ่นไปทำงานต่างประเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- ทิพย์สุตา ปรีดาพันธุ์. (2560). **ความมั่นคงของผู้หญิงที่สมรสข้ามวัฒนธรรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- ปิยพงษ์ บุญกว้าง. (2556). **ความมั่นคงของครัวเรือนแรงงานย้ายถิ่นไปทำงานต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- ประภาพร สุปัญญา. (2563). **ลีลาชีวิตของคนชนเมืองในช่วงชั้นทางสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- เยาวลักษณ์ แสงจันทร์ และ ชัยณรงค์ ศรีมันตะ. (2560). **ผญาภาษิต: ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมสกลนคร. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(48), 79-100.**
- รัตนา จันทร์เทาว์ และ เชิดชัย อุดมพันธ์. (2560). **ชื่ออาหารท้องถิ่นอีสานและภาคใต้ : มุมมองด้านอรรถศาสตร์ชาติพันธุ์. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 9(1), 63-89.**
- วณิชชา ณรงค์ชัย. (2559). **การเลื่อนชั้นทางสังคมของครัวเรือนชนบท ภายหลังการถ่ายโอนทุนระหว่างรุ่นวัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- ศุณย์มานุษยวิทยาสรินธร. (2558). **กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ศุณย์มานุษยวิทยาสรินธร (องค์การมหาชน).**
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2561). **ความท้าทายในยุคไทยแลนด์ 4.0. กรุงเทพฯ: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.**

- Auraiampai, N., Ayuwat, D., & Jampaklay, A. (2021). Capital Accumulation of Return Migrant Work Aboard, **Migration Studies**, 8(4), 78-92.
- Bourdieu, P. (1984). **Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). "The Forms of Capital," In **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. Richardson J.G. (ed.). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1998). **Practical Reason: On The Theory of Action**. Cambridge, U.K.: Polity Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). **An Invitation to Reflexive Sociology**. Chicago, IL.: The University of Chicago Press.
- DFID. (2009). **Sustainable Livelihoods Guidance Sheets**. London: Department for International Development (DFID).
- Jutaviriya, K., Auraiampai, N., Cadchumsang, J., & Ayuwat, D. (2020). Social Networks: The Utilization of Capitals for Vietnamese-Thai in the Border of Thai-Lao. **International Journal of Innovation, Creativity and Change**, 13(2), 523-532.
- Meekaew, N., & Ayuwat, D. (2020). Livelihoods and Food Security of the Migrant Households in the rural community of the Lower northeastern Region of Thailand. **Sys Rev Pharm**, 11(6), 1311-1319.
- Narongchai, W., Ayuwat, D., & Chinnasri, O. (2016). The Changing of Intergenerational Transfers of Economic Capital in Rural Households in Northeastern, Thailand. **Kasetsart Journal of Social Sciences**, 37(2), 46-52.
- Parnwell, M. (2017). Neolocalism and Renascent Social Capital in Northeast Thailand. **Environment and Planning D: Society and Space**, 25(6), 990-1014.

- Savage, M., Warde, A., & Devine, F. (2005). Capital, assets, and resources: some critical issues. **The British Journal of Sociology**, 56(1), 31-47.
- Supunya, P., & Ayuwat, D. (2019). Social Capital and Social Class in Sub-Urban Community of Thailand. **Communications on Stochastic Analysis**, 13(6), 99-108.
- Supunya, P., & Ayuwat, D. (2018). **Criteria Classification of Class in the Suburbs: A Case Study of the Northeastern Region of Thailand**. World Conference on Social Sciences, Technology & Innovation (WSTI2018), Kuala Lumpur, Malaysia.
- Thongyou, M., Sosamphanh, S., Chamaratana, T., & Phongsiri, M. (2014). Perception on Urbanization Impact on the Hinterlands: A Study of Khon Kaen City. **Asian Social Science**, 10(11), 33 - 41.
- United Nations. (2015). **World Urbanization Prospects: The 2014 Revision**. New York: Economic and Social Affairs.

การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน The Local Product Design with Motifs Cultural Khmer in Northeast

กุลจิต เสงนา^{*}
Kulajit Sengna^{*}

สาขาศิลปกรรมพื้นถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Local Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University

Received: 15 June 2020

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน จากการศึกษาและทดลองคิดค้นหาเทคนิคและวิธีการเพื่อเป็นแนวทางสู่การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นใหม่โดยใช้ลวดลายของวัฒนธรรมเขมรในอีสานเฉพาะที่ได้จากเทวรูปที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงศิลปะเขมร มาเป็นข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้ชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานีมีส่วนร่วมให้การสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบชุดนี้ จึงได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นจำนวน 5 ชุดรวม 25 ชิ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีการใช้งานที่หลากหลาย โดยได้นำเทคนิคสมัยใหม่บางประการมาใช้ร่วมกับวิธีการแบบเดิม จนได้เป็นงานออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับแนวคิดวิธีการออกแบบจากปรัชญาตะวันตก ที่เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่ารูปทรงและแนวคิดปรัชญาตะวันออกที่เน้นพื้นที่ว่าง และความเรียบง่ายตามปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ จากการศึกษาจึงได้ข้อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การศึกษาคุณลักษณะของรูปแบบลวดลายจากเครื่องทรงเทวรูปของวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสาน พบว่าการออกแบบด้านเทคนิคในแบบเดิม คือการสกัดทำให้เกิดรูปแบบลวดลายผู้วิจัยจึงได้คัดลอกรูปแบบลวดลายที่ปรากฏใน 3 สมัยด้วยกันคือ ศิลปะปาปวน ศิลปะนครวัด ศิลปะบายน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนศิราภรณ์ ส่วนรัดพระองค์ และส่วนกรองคอ จากรูปทรง 3 มิติ มาสู่รูปแบบ 2 มิติ ทางด้านแนวคิดได้ใช้แรงบันดาลใจ เรื่องความเชื่อในรูปแบบ

^{*} ผู้ประสาน: กุลจิต เสงนา
อีเมล: P-omid@hotmail.com

ลวดลายที่ปรากฏในส่วนเทวรูป เปรียบได้กับการสักการะเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ตามความเชื่อแบบฮินดูคติ ผ่านกระบวนการออกแบบวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบลวดลายในแต่ละส่วนให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัยใหม่

2. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น คือ สิ่งสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ ดังนั้นในการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย (Useful or Function) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชุด มีความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยที่ต่างกันตามลักษณะการใช้งานและรสนิยมของผู้ใช้ในแต่ละคน ความงามทางศิลปะ (Sense of Beauty) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นทั้ง 5 ชุดนี้มีคุณค่าความงามทางศิลปะที่ชัดเจน เนื่องด้วยผู้วิจัยนำเอารูปแบบลวดลายในวัฒนธรรมเขมรมาใช้ในการจัดวางลงบนผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชิ้นลวดลาย แต่ละชิ้นมีท่วงทำนองและจังหวะที่ผสมกลมกลืนระหว่างอดีตและปัจจุบันได้อย่างลงตัว

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเพื่อเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 กลุ่ม 5 ชุด ผลงานทำให้ได้สื่อสารเรื่องราวข้อมูลประวัติศาสตร์ ศิลปะอีสานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป

คำสำคัญ: ออกแบบผลิตภัณฑ์, พื้นถิ่น, ลวดลาย, วัฒนธรรมเขมรในอีสาน

Abstract

The research entitled The Local Product Design with Khmer Cultural Motifs in Isan was examined and experimented to discover techniques and processes as guidelines for creation of new local products. Typical Khmer cultural motifs acquired from idols displaying in Khmer cultural museums were used as data for this study. The locals in Udon Thani Province were also asked to participate in creation of these products, leading to five product categories divided into 25 pieces. Patterns of these products were with various applications which the combination of some modern techniques and original means were included. Therefore, the local products designed were as contemporary products

in accordance with: concepts of western philosophical design focusing on utility rather than shapes, concepts of eastern philosophical design emphasizing on empty space, and simplicity as nature. Results revealed that:

1. Characteristics of motifs acquired from Khmer cultural idols in Isan were designed using original means – in other words, there was extraction to form motifs. Motifs from three eras, i.e. Papuan Art, Angkor Wat Art, and Bayon Art divided into three parts, i.e. headdresses, belts, and necklaces were copied and extracted from three-dimension shape to two-dimension shape. Inspiration of this design was from belief in motifs shown in idols, referring to paying homage to gods of Brahmanism according to ideal belief. Each part of the motifs was analyzed and synthesized to gain contemporary local products.

2. Factors influencing local product creation and problems of local product design were found related to humans. Consequently, designing these products was necessary to consider about: its usefulness or functions since each category of the products had been different in utility and humans' taste, sense of beauty because all the five product categories were with explicit art beauty as shown in the products' Khmer cultural motifs combined with the past and the present perfectly.

3. The design of these local products was a model for the locals in five communities of Udon Thani Province. All the five product categories conveyed Isan historical art more explicitly. In addition, it was also guidelines for conserving and developing local products sustainably and enduringly.

Keywords: The Local, Product Design, Motifs, Cultural Khmer in Northeast.

บทนำ

ลวดลายยุคสมัยวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสานถือเป็นงานศิลปกรรมยุคหนึ่งที่พบเป็นจำนวนมากหรือตลอดจนพบได้โดยทั่วไปในประเทศไทย จากการศึกษาที่ผ่านมาจึงพอสรุปได้โดยภาพรวมของงานศิลปกรรมคือปราสาทหิน เทวรูป และเครื่องประดับ อันสะท้อนให้เห็นสภาพในอีสานได้เป็นอย่างดีจนถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งแต่ละแห่งที่ปรากฏหลักฐานศิลปกรรมเทวรูป เครื่องประดับดังกล่าวมีมากมายกระจัดกระจาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเอาเฉพาะในขอบเขตอีสานทั้งหมดที่ปรากฏภาพเครื่องทรงประดับที่มีลวดลายเพื่อนำมาใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยเช่นกันเมื่อเทียบกับทั่วทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ

อีสาน คือกลุ่มเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 19 จังหวัด พื้นที่ดังกล่าวเคยเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์มาหลายพันปีนับจากช่วงยุคหินเก่าจนถึงสมัยวัฒนธรรมทวารวดี เมื่อพุทธศาสนาได้เข้ามารวมถึงการแผ่เข้ามาพร้อมกัน อีกฝั่งทางประเทศกัมพูชาในปัจจุบันคือ วัฒนธรรมจากศาสนาฮินดูหรือพราหมณ์ ในการศึกษาได้พบหลักฐานวัฒนธรรมเขมรเป็นจำนวนมากในภาคอีสานโดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างประเภทศาสนสถาน ปราสาทหินที่เป็นงานอันโดดเด่นในวัฒนธรรมเขมร

อย่างไรก็ดี เมื่อศาสนาพราหมณ์ได้เข้ามามีบทบาทต่อความเชื่อดั้งเดิมของผู้คนในพื้นที่นั้น ได้ปรับเปลี่ยนหันไปนับถือตามคำสั่งสอน ความเชื่อ การปฏิบัติและอีกมากมายซึ่งพบได้จากงานประดับตกแต่งลวดลายของงานศิลปกรรมลวดลายในยุคดังกล่าวย่อมปรากฏในมิติสังคมสภาพการดำรงชีวิต ยกตัวอย่าง ภาพจากปราสาทหิน เทวรูปและแผ่นดินเงิน ล้วนมีลวดลายประดับทั้งสิ้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะกลุ่มลวดลายจากเครื่องทรงของเทวรูปทั้งหมดที่ปรากฏในเขตพื้นที่อีสานดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเลือกเอาเฉพาะกลุ่มรูปแบบเฉพาะร่วมและรูปแบบเฉพาะของลวดลายจากเครื่องทรงสมัยวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์กับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสานที่ทำการศึกษาในครั้งนี้โดยภาพรวมแล้วพบหลักฐานเป็นจำนวนมาก แต่มีความแตกต่างทางด้านรายละเอียดพอสมควร ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการตรวจสอบรูปแบบลวดลายของเครื่องทรงที่มีลักษณะร่วมและรูปแบบลวดลายเฉพาะ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์อีกทั้งด้านประวัติศาสตร์ ดังกล่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้นโดยผ่านขั้นตอนการออกแบบก่อนำเนืองความรู้และวิวัฒนาการในศาสตร์ของศิลปะและการออกแบบโดยมี

กลุ่มชาวบ้านในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการผลิตสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงวิถีคิดและการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งบันดาลใจจากเครื่องทรงในสมัยวัฒนธรรมเขมร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของรูปแบบลวดลายจากเครื่องทรงวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสาน ทั้งทางด้านเทคนิค แนวคิดและกระบวนการการออกแบบวิเคราะห์รูปแบบ เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการการสืบเนื่องของแต่ละแหล่งเพื่อนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเป็นแนวทางสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่มีผลต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์พัฒนาการและการผลิตผลกระทบตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงประการใดของออกแบบผลิตภัณฑ์ในมิติใหม่ โดยนำความเชื่อมโยงจากคติความเชื่อเดิมผสานความเชื่อใหม่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์
3. เพื่อบันทึกข้อมูลแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ศิลปะอีสานในอดีต ที่เคยมีการสืบเนื่องทางงานช่าง เป็นแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินพื้นบ้านให้ยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ศึกษารวบรวมข้อมูล เอกสาร ผลงานการศึกษาค้นคว้าและตำราที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมเขมรอีสานรวมทั้งที่มีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน รวมทั้งข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ การศาสนาที่โยงใยกับช่วงระยะเวลาที่เริ่มปรากฏของลวดลายจากเครื่องทรงศิลปกรรมสมัยวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสาน
2. ภาคสนาม ออกสำรวจภายหลังจากการศึกษาข้อมูลที่ปรากฏลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน รวมถึงที่เกี่ยวข้องในประเทศกับรูปแบบลวดลายศิลปกรรม วัฒนธรรมเขมรในอีสาน บันทึกภาพ คัดเส้นตลอดจนองค์ประกอบที่สำคัญๆ ในแต่ละแห่ง และคัดลอกเป็นลายเส้นเพื่อนำมาอธิบาย

3. ประมวลข้อมูลจากงานภาคสนามและเอกสารทางประวัติศาสตร์ร่วมกันโดยอยู่ภายในขอบเขตของประวัติความเป็นมา ลักษณะรูปแบบ ส่วนประดับตกแต่งลวดลายเครื่องทรง ตลอดจนที่มาแหล่งบันดาลใจ การสืบทอด การสืบเนื่อง และแนวคิด เป็นต้น

4. สังเคราะห์ สรุปอภิปรายผล วิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน

5. ภายหลังจากได้รูปแบบเฉพาะของลวดลายจากเครื่องทรงวัฒนธรรมเขมรในอีสานแล้ว ออกแบบทางแนวทางการสร้างสรรค์ของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตเป็นแนวทางต้นแบบจริง ลงพื้นที่พบกลุ่มตัวอย่างชาวบ้านที่เลือกมา 5 ท่าน เพื่อสร้างสรรค์ตามแบบร่างไม่น้อยกว่าท่านละ 5 ชิ้นผลงาน

ผลการศึกษา

จากการศึกษารูปแบบลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสานได้เลือกเฉพาะลวดลายเครื่องทรงเทวรูปของเขมรในเขตอีสานทำให้ได้รูปแบบลวดลายที่มีลักษณะเฉพาะร่วมและลวดลายเฉพาะโดยศึกษาจากเทวรูปจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานเป็นหลักแบ่งออกเป็น 9 รูปแบบตามวัฒนธรรมเขมรในประเทศกัมพูชา แต่หลักฐานในเขตอีสานมีด้วยกัน 3 รูปแบบ ได้แก่ ศิลปะบาปวน ศิลปะนครวัด ศิลปะบายน ทำการวิเคราะห์รูปแบบลวดลายเครื่องทรงจากเทวรูป เพื่อนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ชุดดังนี้

1. รูปแบบลวดลายเครื่องทรงเทวรูปในวัฒนธรรมเขมรสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น

พบเป็นหลักฐานอย่างชัดเจนในส่วนรูปแบบลวดลายสรุปได้เป็น 3 สมัยได้แก่ ศิลปะบาปวน ศิลปะนครวัด ศิลปะบายน ลวดลายออกมาเป็น 2 มิติเพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นดังนี้

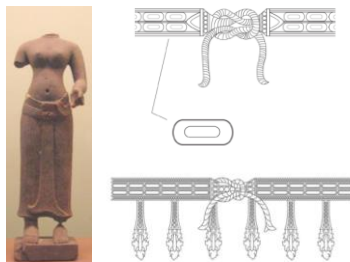
1.1 ศิลปะบาปวน ปรากฏรูปแบบลวดลายเครื่องทรงในส่วนของศิราภรณ์มีลักษณะคล้ายดอกกลมมีกลีบเรียงซ้อนกันหลายแถว รัศมีพระองค์คล้ายคล้ายเม็ดพลอย กรองคอมมีลักษณะประดับโดยรอบคล้ายเม็ดพลอยตรงกลางเป็นดอก 4 กลีบพร้อมทั้งมีการห้อยพวงอุบะเป็นแนวยาว (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 เครื่องทรงเทวรูปศิลปะปาปวน ในส่วนศิราภรณ์เขมร

ที่มา: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี

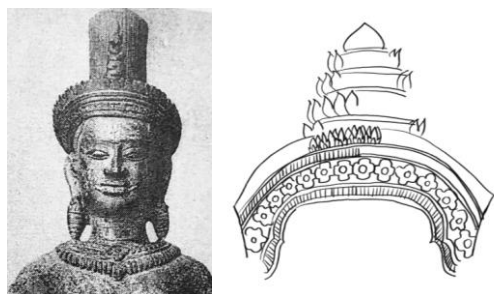
ลวดลายเครื่องแสดงให้เห็นถึงการจัดองค์ประกอบของลวดลายแบบเท่ากันทุกด้าน ทำให้เกิดความโดดเด่นชัดเจนตรงบริเวณดอกสี่แฉก และการตกแต่งลวดลายคล้ายอุบะห้อยปลายเพื่อเป็นการเน้นเส้นนำสายตาบริเวณปลายของลวดลาย มีขนาดใหญ่กว่าด้านบนของลาย อีกทั้งลวดลายคล้าย อุบะตรงกลาง มีรูปแบบของลวดลายที่แตกต่างจากลายอื่น (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 เครื่องทรงเทวรูปศิลปะปาปวน ในส่วนรัดพระองค์เขมร

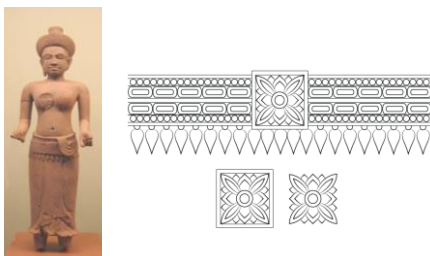
ที่มา: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิมาย

1.2 ศิลปะนครวัด ปรางค์รูปแบบลวดลายเครื่องทรงในส่วนของศิราภรณ์ รัดพระองค์ กรองคอมีลักษณะคล้ายงานในประเทศกัมพูชา (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 เครื่องทรงเทวรูปศิลาปนครวัดในส่วนศิวารณ จากพิพิธภัณฑ์ประเทศกัมพูชา
ที่มา: หม่อมเจ้าสุภัทรดิศ ดิศกุล (2533)

ลวดลายแสดงถึงลักษณะการจัดองค์ประกอบแบบเท่ากันทุกด้าน โดยมีการจัดเรียงลวดลายแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนฐานกับส่วนปลายด้านบน ส่วนฐานลวดลายมีการแบ่งเป็นเส้นแนวนอน กันแนวตั้งบริเวณตรงกลางดอกสี่แฉกมีการแบ่งเป็นวงกลม ส่วนบริเวณขอบบนและขอบล่างของลวดลาย ได้แบ่งเส้นในลักษณะเป็นแนวตั้งแบบเรียงถี่กันใช้เส้นแนวนอนมาเป็นตัวจบปิดกันลาย และที่ปลายด้านบนของลวดลายนี้ ได้สร้างลวดลายทรงสามเหลี่ยมคล้ายทรงดอกบัวหรือกระจัง (ภาพที่ 4)



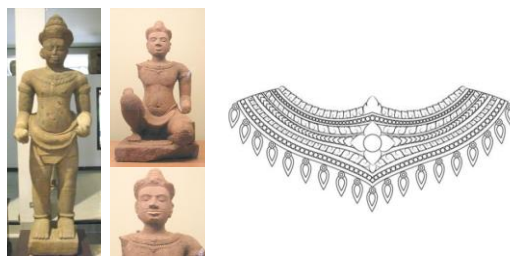
ภาพที่ 4 เครื่องทรงและการถอดลายเส้นเทวรูปศิลาปนครวัดในส่วนศิวารณ
ที่มา: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พินาย

ลวดลายที่ 1 ด้านบนแบ่งลักษณะของลวดลายเป็นจังหวะแบบซ้ำๆ กัน โดยมีการใช้เส้นนอนและเส้นตั้งเป็นตัวกำหนดพื้นที่ว่างของลวดลายในส่วนฐานของลายมีการแบ่งพื้นที่ตรงกลางให้ใหญ่กว่าส่วนอื่นและรูปแบบการจัดวางลวดลายเป็นแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส บิดปลายแหลมแบ่งดอกเป็นสี่แฉกกลีบทรงดอกคล้ายดอกบัว มีเส้นนอนขึ้นแล้วมีการจัดเรียงวงกลม

ขนาดเท่าๆ กัน ปิดลวดลาย ก่อนที่จะจัดวางลวดลายด้านบน ลายด้านบนมีลักษณะคล้าย ดอกบัวทรงสามเหลี่ยมเรียงกันแบบซ้ำๆ ปลายด้านบนกลืนหายไปในอากาศเพื่อความกลมกลืนของลวดลาย

ลวดลายที่ 2 มีการแบ่งจัดวางองค์ประกอบโดยใช้เส้นแนวนอนและแนวตั้งเช่นกัน แบ่งเป็นส่วนฐานและส่วนปลายด้านบนบริเวณส่วนฐานของลวดลาย แบ่งเป็นแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสปิดปลายแหลมแบ่งดอกเป็นสี่แฉกกลีบทรงดอกคล้ายดอกบัวเช่นกัน แต่ขนาดดอกจะใหญ่กว่าและทำให้เห็นแนวเส้นเฉียง ปลายด้านบนของลวดลายมีลักษณะคล้ายดอกบัวทรงสามเหลี่ยมเรียงกันแบบซ้ำๆ ปลายด้านบนกลืนหายไปในอากาศ เพื่อความกลมกลืนของลวดลาย แต่มีการใช้ลายคล้ายผู้มีสลับระหว่างการจัดวางลายทำให้เห็นการแบ่งลวดลายที่ชัดเจน

รูปแบบลวดลายส่วนนี้ แสดงลักษณะการจัดองค์ประกอบแบบเท่ากันทุกด้าน โดยมีการแบ่งลวดลายส่วนบนและส่วนปลาย เนื่องจากเป็นส่วนรัศพระองค์ ดังที่สังเกตได้จากลวดลายในศิลปะบาปวน โดยตรงส่วนปลายจะห้อยแหลมย้อยลงมา ลายส่วนบนแบ่งเป็นเส้นแนวนอนและแนวตั้งมีการใช้รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า กับวงกลมมาเป็นการจัดวางแบบขัดแย้งกันแต่กลมกลืนกัน บริเวณตรงกลางของลวดลายใช้สี่เหลี่ยมจัตุรัส มาเป็นการกำหนดจุดสนใจของลวดลายแบ่งด้านในเป็นกลีบดอกสี่แฉกแบบทแยง แล้วจึงมีการซ้อนกลีบดอกทำให้มีความชัดเจนของลวดลาย ปลายปิดขอบด้านล่างมีลักษณะคล้ายหยดน้ำแบบดั่งตั้งต้องการคล้ายให้ลวดลายกลืนหายไปใ้อากาศด้านล่าง (ภาพที่ 5)

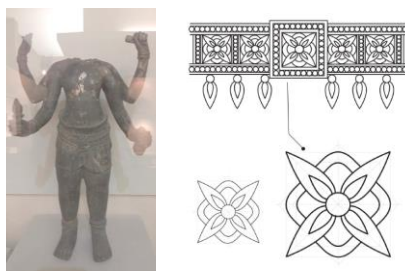


ภาพที่ 5 เครื่องทรงเทวรูปศิลปะนครวัดในส่วนกรองคอ

ที่มา: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิมาย

ลวดลายดอกสี่แฉกขนาดใหญ่กว่าลวดลายโดยรอบทำให้ชิ้นงานมีจุดสนใจและเด่นชัด ส่วนปลายของลวดลายมีลักษณะคล้ายหยดน้ำกลืนหายไปใ้อากาศ เว้นพื้นที่ว่างช่วงจังหวะของลวดลายทำให้ดูไม่ทึบจนเกินไป

ลวดลายมีการผสมระหว่างรูปร่างวงกลมและรูปร่างคล้ายกลีบดอกบัวมีวงกลมขนาดใหญ่และวงกลมขนาดเล็ก บริเวณตรงกลางใช้รูปแบบของดอกสี่กลีบปลายแหลมมาประดับ ทำให้ได้รูปแบบลวดลายที่มีทั้งการจัดแบบซ้ำกัน และเน้นตรงจุดกึ่งกลางของลวดลายทำให้เกิดความชัดเจนของรูปแบบมากขึ้น (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 เครื่องทรงเทวรูปศิลปะแบบบายนในส่วนรัดพระองค์

ที่มา: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุรินทร์

1.3 ศิลปะบายน ลวดลายดอกสี่กลีบแบ่งตัดเฉียงและมีการจัดเรียงวงกลมโดยรอบของของกลีบ เพื่อทำหน้าที่กำหนดขอบเขตของพื้นที่ให้ลวดลายมีความชัดเจนมากขึ้น

มีการใช้เส้นโค้งลากตัดกันทำให้เกิดจุดกึ่งกลางของลวดลายในมุมกว้าง การสร้างลวดลายใช้หลักการจัดองค์ประกอบแบบเท่ากันทุกด้านทำให้เกิดความสมดุล การแบ่งชั้นของลวดลาย มีการกำหนดขนาดจากเล็กไปขนาดใหญ่ เพื่อดึงจุดรวมสายต้ามายังจุดกึ่งกลางของลวดลายที่เป็นดอกสี่แฉกเรียงซ้อนกัน ทำให้เกิดการเน้นสร้างจุดสนใจของลายได้อย่างชัดเจน (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 เครื่องทรงเทวรูปศิลปะแบบบายนในส่วนรัดพระองค์ จัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์ประเทศ

กัมพูชา

ที่มา: Jessup (2006)

การจัดองค์ประกอบแบบเท่ากันทุกด้านแบ่งช่วงชั้นภายในของลวดลาย มีการกำหนดขอบพื้นที่ว่างแล้วสร้างลายวงกลมเรียงกันแบบเท่ากัน ส่วนบริเวณภายในมีการแบ่งลวดลายโดยเน้นตรงจุดกึ่งกลางของลายให้มีความโดดเด่น ลวดลายนี้มีการใช้ประโยชน์ในส่วนบริเวณลำคอลงมาทรวงอก จึงได้วางลวดลายเชื่อมต่อลงมาทรวงอกปิดด้วยลวดลายแบบแบ่งกลีบในแนวเส้นโค้งปลายแหลม

ลวดลายศิลปะเขมรทั้ง 3 สมัยนี้มีลักษณะเฉพาะร่วมในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่เท่ากันทุกด้านแบบสมดุล มีแบบแผนระบบระเบียบวิธีการ ส่วนลวดลายที่มีลักษณะเฉพาะปรากฏที่บริเวณลวดลายตรงกึ่งกลางคือดอกสี่กลีบ ทั้งนี้มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปในส่วนของกลีบดอกบ้าง เช่น แบบสี่กลีบไม่ซ้อนชั้น และแบบสี่กลีบซ้อนชั้น

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น

จากการศึกษาข้อมูลส่วนคุณลักษณะของรูปแบบลวดลายจากเครื่องทรงของเทวรูปวัฒนธรรมเขมรที่พบในภาคอีสานทั้งทางด้านเทคนิค แนวคิดและกระบวนการออกแบบ จึงได้เลือกรูปแบบลวดลายเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นโดยกำหนดกลุ่มชาวบ้านในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 คนๆ คนละ 5 ชิ้นผลงาน โดยได้นำปรัชญาแนวคิดของนักออกแบบตะวันตกในกลุ่มเบาเฮาส์ “Less is more” (เอกชาติ จันอุไรรัตน์, 2551) ถือได้ว่าเป็นแนวคิดและแนวทางการออกแบบที่ยังคงเป็นอมตะมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาแนวคิดนักออกแบบตะวันออกในเรื่องพื้นที่ว่างและสัญลักษณ์ต่างๆ ภายใต้ปริมาตร รูปทรง และเส้นสายที่เรียบง่ายผ่านความสะอาดสว่างและสงบ จากปรัชญาแนวคิดแบบตะวันออกกับมุมมองปรากฏการณ์ธรรมชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาผสมผสานสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้เกิดความร่วมมือโดยแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นได้ 5 ชุดดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์กระเป๋ายามพิมพ์ลาย

ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบ ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์กระเป๋ายามพิมพ์ลาย จำนวน 5 ชิ้น เนื่องจากกระเป๋ายามในสมัยศิลปะเขมรผู้คนได้มีการออกเดินทางเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังที่ต่างๆ ต้องอาศัยถุงหรืออุปกรณ์ใส่ข้าวของเครื่องใช้เพื่อการดำรงชีพ อีกทั้งลักษณะของยามก็มีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายแม้กระทั่งพระภิกษุสงฆ์ก็ปรากฏการใช้งาน เห็นถึงความเชื่อมโยงสอดคล้องในส่วนการใช้งานนี้ จึงได้เลือกที่จะออกแบบกระเป๋ายาม โดยได้เลือกรูปแบบ

ลวดลายที่มีลักษณะเฉพาะร่วมและลักษณะเฉพาะมาใช้พิมพ์ลวดลายในเทคนิควิธีการแบบสมัยใหม่ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ต้นแบบกระเป๋าย่ามลวดลายจากเครื่องทอรูปศิลปะบาปวน
และศิลปะแบบบายน

2.2. กระเป๋าผ้าพิมพ์ลาย

จากการศึกษาของ (วิรัตน์ พิชญ์ไพญ์, 2527) กล่าวว่า หลักการออกแบบมิได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว แต่เป็นเพียงแนวทางของความคิดสำหรับผู้ออกแบบ เพื่อสร้างงานศิลปะให้มีรูปแบบตามที่จินตนาการไว้ การออกแบบโดยเฉพาะในด้านเกี่ยวกับการสนองความต้องการของมนุษย์ งานนั้นจะต้องออกมาจากความมุ่งหมายที่วางไว้ รูปทรงของแบบมาจากหน้าที่หรือความมุ่งหมายในการใช้ (Form Follows Function) คำว่าหน้าที่ใช้สอย มีความมุ่งหมายเป็นสองนัย คือ การใช้สอยเพื่อผลความสุขสบายทางกายอย่างหนึ่งและมุ่งหมายทางคุณค่าศิลปะเพื่อความสุขทางใจอย่างหนึ่ง ดังนั้นผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นประเภทกระเป๋าผ้านี้จึงได้ออกแบบมาเพื่อเน้นการใช้งานเพื่อช่วยลดสภาวะโลกร้อนทางหนึ่ง และอีกทางเพื่อสื่อสารการออกแบบร่วมสมัยที่แสดงออกถึงแนวคิดการนำลวดลายศิลปะเขมรมาประยุกต์ใส่ลงในงานออกแบบกระเป๋าผ้าเพื่อเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันให้ดำรงอยู่ สีของลวดลายใช้สีเขียวแบบสำริด สีนํ้าตาลจากเทอรูป สีทองจากเครื่องประดับเพื่อความสุขและคุณค่าทางศิลปะบังเกิดแต่ผู้ใช้ (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 ต้นแบบกระเป๋าผ้าลวดลายจากเครื่องทรงเทพรูปศิลปะบาปวน และศิลปะแบบ
บายวน

2.3. ผ้าพันคอมัดย้อมครามเทคนิคเย็บสร้างลวดลาย

แนวคิดรวบยอดกับการอุปมาอุปไมย โดยนักคิดกลุ่มตีคอนสตรัคชัน กล่าวว่า คำใดคำหนึ่งในแต่ละคู่จะมีความสำคัญหรือมีคุณค่าที่ดีกว่าอีกคำหนึ่งเช่น มีด-สว่าง สวย-น่าเกลียด ดำ-ขาว เป็นต้น นักออกแบบได้หาจุดกึ่งกลางระหว่างความขัดแย้งหรือตรงข้ามกันโดยใช้การผสมผสานการซ้อนทับให้สามารถกลมกลืนอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัวปริมาณของความแตกต่างจึงดูเท่ากันไม่มีอะไรโดดเด่นกว่ากันจึงเป็นที่มาของการออกแบบผ้าพันคอมัดย้อมครามเทคนิคเย็บสร้างลวดลายศิลปะบาปวน ศิลปะนครวัดและศิลปะแบบบายวน โดยเลือกนำส่วนของลวดลายที่เป็นลักษณะดอกสี่แฉกแบบชั้นเดียวกับดอกสี่แฉกแบบซ้อนชั้น มาสร้างสรรค์เป็นลวดลายลงบนผืนผ้าโดยใช้เทคนิคการย้อมครามทำให้เกิดงานร่วมสมัยสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง มีด-สว่าง แสดงถึงความขัดแย้ง (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 ต้นแบบผ้าพันคอมัดย้อมครามลวดลายจากเครื่องทรงเทพรูป

ศิลปะบาปวน และศิลปะแบบบายน

2.4 จักสานพัด

แนวคิดของวัฒนธรรมการออกแบบที่เป็นอิสระ ยึดหยุ่น ด้วยการค้นหาเอกลักษณ์ของสังคมและสัญลักษณ์ทางวัตถุที่ถ่ายทอดแทนอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ “เมมฟิส สไตล์ (Memphis style)” ก่อกำเนิดมาจากความรู้โดยสันชาตญาณและจินตนาการที่สนองความต้องการทางจิตใจและกายภาพในการสัมผัสประสาทสัมผัสที่ยั่ววนชวนหลงใหลมีชีวิตชีวา และแนวคิดประโยชน์ใช้สอยด้วยดีไซน์ที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารขยายพรมแดนทางพฤติกรรมของมนุษย์ (เอกชาติ จันอุไรรัตน์, 2551) โดยผ่านการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์จักสานประเภทพัด โดยนำลวดลายดอกไม้แนกแบบสีเหลี่ยมมาใช้เป็นแรงบันดาลใจโดยใช้เทคนิคการจักสานลายสองสลับลายเขมรคู่สีที่นำมาใช้เป็นสีที่มีความสัมพันธ์กับในช่วงสมัยนั้นเช่น สีดำสลับเขียว สีแดงสลับดำ สีเปลือกมะขามสลับทอง สีดำอาจมาจากสีของภาชนะเคลือบดินเผาสีดำ สีเปลือกมะขามอาจมาจากสีของดินเผา สีทองอาจมาจากเครื่องทองในศิลปะเขมร จึงต้องการสื่อสารผ่านการออกแบบพัดในชุดนี้ ด้วยภาพสัญลักษณ์การใช้พัดประกอบ (ภาพที่ 11)

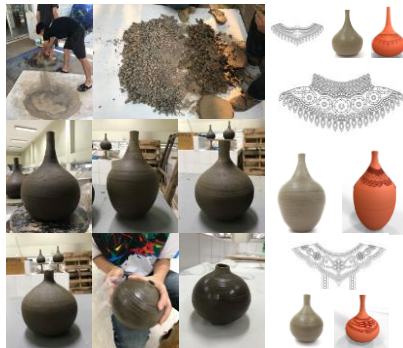


ภาพที่ 11 ต้นแบบพัดลวดลายจากเครื่องทองเทวรูปศิลปะบาปวน และศิลปะแบบบายน

2.5 เครื่องปั้นดินเผาประเภทแจกัน

แนวคิดสไตล์ร่วมสมัย หมายถึงการผสมผสาน รูปแบบที่แตกต่างหลากหลายในช่วงเวลาเดียวกันเรียกว่าเป็นงานคอนเทมโพรารีหรือที่หลายคนรู้จักในชื่อว่า “งานร่วมสมัย” ลักษณะการสร้างสรรค์มีคุณสมบัติพิเศษหลายอย่างของงานออกแบบร่วมสมัยในยุคแรกๆ เช่น การนำไม้ที่ปลูกในร่มมาประดับตกแต่งผนังก่ออิฐเปลือยหรือกรุหินธรรมชาติ การนำแสงสว่างเข้าสู่ภายในเน้นความโปร่งโล่งของการจัดวางและเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักโดยพิจารณา

คุณค่าความงามที่เข้ากันโดยรูปแบบเป็นปัจจัยรองจากแนวคิดดังกล่าวได้นำมาออกแบบแจกันใส่ดอกไม้ มีขนาดสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยใช้เทคนิคขึ้นรูป ด้วยมือและขัดมันก่อนเผาดิบแบบโบราณ บริเวณผิวแจกันจะเขียนสีแดงจากดินเทศผสมกาวยกระถิน เพื่อสื่อให้เห็นถึงความร่วมสมัยจากความโบราณผสมความสมัยใหม่ เพื่อใช้ในการประดับตกแต่งภายในสถานที่ต่างๆ ตามความเหมาะสม (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 ต้นแบบแจกันจากดินพื้นบ้านลวดลายจากเครื่องทรงเทวรูป
ศิลปะบาปวน และศิลปะแบบบายน

3. สรุปผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น

ผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 5 ชุด ได้แก่ กระเป๋าย่อม กระเป๋าคาด ผ้ามัดย้อมคราม จักสานพัด และแจกันดินเผา แต่ละชิ้นงานให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างออกไปตามประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบประเภทกระเป๋าย่อม โดยนำรูปแบบลวดลายส่วนศิริภรณ์ ส่วนรัดพระองค์ ส่วนกรองคอมาใช้ในการออกแบบโดยใช้เทคนิคการพิมพ์ผ้ามีความแตกต่างจากกระเป๋าคาดเนื่องจากกระเป๋าคาดถูกออกแบบมาให้ใช้สำหรับใส่สิ่งของที่ต้องการการหยิบใช้งานอย่างง่ายกว่ากระเป๋าย่อม เพราะย่อมมีลักษณะที่สามารถสะพายคาดได้มีความพิเศษในเรื่องการสร้างบุคลิกเฉพาะตัวของผู้ใช้ซึ่งมีรสนิยมที่ต่างกัน อาจเนื่องด้วยลักษณะรูปแบบของย่อมสามารถคาดใช้งานใส่ลำตัวผู้ใช้ได้แต่กระเป๋าคาดต้องถือหรือหิ้วทำให้การรับน้ำหนักต่างกัน

การนำลวดลายในศิลปะเขมรในเขตอีสานมาตกแต่งบริเวณด้านหน้ากระเป๋าคาดให้เห็นถึงความเชื่อมโยงจากอดีตที่ลวดลายเหล่านี้ปรากฏในลักษณะ 3 มิติ เพื่อสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกภายในสู่ภายนอกได้อย่างปราณีตและเหมาะสม ในยุคปัจจุบันตามทฤษฎีการ

ออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่ได้สรุปเป็นแผนภาพในบทที่ 2 ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น ประเภทผ้ามัดย้อมคราม ได้นำรูปแบบจากลวดลายส่วนศิริภรณ์ ส่วนรัตพระองค์ ส่วนกรรองคอกมาใช้เป็นการออกแบบโดยใช้เทคนิคการมัดย้อมครามทำให้เกิดลวดลายใหม่ลงบนพื้นผ้า 5 ผืน 5 ลวดลายทำให้เกิดรูปแบบใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมเพื่อเป็นแนวทางสร้างคุณค่าในการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น ทั้งนี้ทั้งนั้นจะแตกต่างจากการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นประเภทจักสานพัด เนื่องจากการจักสานต้องเตรียมวัสดุอย่างไม้ไผ่ตามขนาดที่กำหนด แล้วจึงทำการย้อมดอกกำหนดสีของดอกให้สอดคล้องกับเรื่องราวของศิลปะเขมรในเขตอีสานใต้

รูปแบบของพัดได้นำลักษณะของกลีบดอกสีแฉกที่ปรากฏในลวดลายจากเครื่องทรงเทวรูป มาขึ้นลวดลายสามซัดสองซ้ามลายสามสลับลายเขมรเหมาะสมกับการพกพาในปัจจุบัน ซึ่งมีอากาศที่ร้อนทำให้หิบบ้าง การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นประเภทแจกันวัสดุจากดินพื้นบ้านจำนวน 5 ชิ้น มีขนาดที่แตกต่างกันเพื่อให้การจัดวางองค์ประกอบขณะใช้งานมีมิติมากขึ้น รูปแบบลวดลายส่วนกรรองคอกนำมาใช้ในการเขียนสีลงบนแจกันดินเผา ปรัชญาการออกแบบที่เกิดขึ้นอาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเพื่อมวลชนจากความเชื่อเดิมสู่ความเชื่อใหม่ ผสานกลมกลืนสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียวระหว่างอดีตกับปัจจุบันไม่สามารถแยกออกจากกันได้เชื่อมต่อกันโดยเทคนิควิธีการแบบร่วมสมัย และการสร้างสมดุลระหว่างเก่าและใหม่

4. ผลกระทบจากการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่เห็นได้ชัดเจนคือ

1. ปัจจัยด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น มีการจัดองค์ประกอบของลวดลายแบบซ้ำๆ แต่มีการวางลวดลายให้มีความโดดเด่นบริเวณกึ่งกลางของลายทุกแบบแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้คนในสมัยนี้เรื่องการวางทุกอย่างๆ มีระเบียบแบบแผน มีวิธีการที่จัดการอย่างมีระบบคล้ายรูปแบบของตัวปราสาทหินที่วางแบบแปลนโบราณมาจากความเชื่อแบบอุดมคติในเรื่องของเทพจึงมีลักษณะแปลนรูปแบบสมมาตร จึงได้นำประเด็นส่วนขององค์ประกอบแบบสมมาตรนี้มาสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัย

2. ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นชุดนี้มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้ รูปแบบลวดลายที่มีความวิจิตรแสดงถึงคุณค่าของผู้ใช้ในขณะที่ใช้นั้น เปรียบได้กับการได้บูชาเทพในศาสนาพราหมณ์ เพราะรูปแบบลวดลายโดยส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะคล้ายดอกไม้และบางลวดลายก็มีลักษณะคล้ายพลอย แสดงให้เห็นถึงรสนิยมของผู้ใช้ที่มีมากกว่าประโยชน์ใช้สอย

3. พัฒนาการด้านกระบวนการผลิต ที่มีผลต่อการออกแบบเนื่องจากพฤติกรรมของผู้ผลิตที่เป็นคนในพื้นที่ต้องการผลิตชิ้นงานให้มีความรวดเร็วมากขึ้นสอดคล้องกับการดำรงชีพของผู้คนเหล่านั้น เครื่องมือบางอย่างอาจต้องปรับให้เข้ากับกระบวนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปเช่น การออกแบบลวดลายใส่ลงบนกระเป๋าดำได้ประยุกต์การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์แทนการสกรีนแบบเดิมที่มีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันและสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาและทดลองคิดค้นหาเทคนิคและวิธีการมาใช้ร่วมกับวิธีการแบบเดิมจนได้เป็นงานออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับแนวคิดวิธีการออกแบบจากปรัชญาตะวันตกที่เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่ารูปทรง และแนวคิดปรัชญาตะวันออกที่เน้นพื้นที่ว่างและความเรียบง่ายตามปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ

ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. คุณลักษณะของรูปแบบลวดลายจากเครื่องทรงเทวรูปวัฒนธรรมเขมร ในภาคอีสานพบ 3 สมัยด้วยกันคือ ศิลปะบาปวน ศิลปะนครวัด ศิลปะบายน โดยแบ่ง เป็น 3 ส่วนคือ ส่วนศิราภรณ์ ส่วนรัดพระองค์และส่วนกรองคอ จากรูปทรง 3 มิติ มาสู่รูปแบบ 2 มิติทางด้านแนวคิดได้ใช้แรงบันดาลใจเรื่องความเชื่อในรูปแบบลวดลายที่ปรากฏในส่วนของเทวรูปเปรียบได้กับการสักการะเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์แบบอูถมคติ ผ่านกระบวนการออกแบบวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบลวดลายในแต่ละส่วนให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัยใหม่

2. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น คือสิ่งสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ ดังนั้นในการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ 4 ประการคือ

2.1 ประโยชน์ใช้สอย (Useful or Function) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชุดมีความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยที่ต่างกันตามลักษณะการใช้งานและสนิยมของผู้ใช้ในแต่ละคนสอดคล้องกับแนวคิดของ (วิรัตน์ พิชญ์ไพฑูรย์, 2527) กล่าวไว้ว่า หลักการออกแบบมิได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว แต่เป็นเพียงแนวทางของความคิดสำหรับผู้ออกแบบเพื่อสร้างงานศิลปะให้มีรูปแบบตามที่จินตนาการไว้ การออกแบบโดยเฉพาะในด้านเกี่ยวกับการสนอง

ความต้องการของมนุษย์ งานนั้นจะต้องออกมาจากความมุ่งหมายที่วางไว้รูปทรงของแบบมาจากหน้าที่หรือความมุ่งหมายในการใช้ (Form Follows Function)

ตัวอย่างเลือกใช้ผ้าฝ้ายพื้นเมืองสีด้า เนื่องจากมีความสอดคล้องกับสีของแจกันหูช้างในสมัยวัฒนธรรมเขมร กระเป๋าด้าใช้ผ้าพื้นสีธรรมชาติเน้นการใช้งานแบบไม่ซับซ้อนเรียบง่าย หยิบใช้งานได้สะดวกเหมาะกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีส่วนประหยัดพลังงานและลดโลกร้อน ผ้าพื้นเมืองย้อมครามลวดลายเขมร สร้างลวดลายให้สอดคล้องกับการใช้งานประเภทผ้าพันคอและผ้าเช็ดหน้าซึ่งคุณสมบัติของครามช่วยลดอาการแพ้หวัดได้เป็นอย่างดี การจักสานพัดลวดลายดอกสี่แฉกที่มีลักษณะรูปแบบลวดลายในวัฒนธรรมเขมร มีขนาดที่พอเหมาะกับการพกพาสามารถพกใส่กระเป๋าได้ง่ายสะดวกสบายในการใช้และชุดแจกันจากดินพื้นบ้านสามารถนำไปใช้ตกแต่งตามสถานที่ที่ผู้ใช้ได้เห็นแล้วว่ามีเหมาะสมในรูปแบบร่วมสมัยความงามสนองตอบอารมณ์ของผู้ใช้ทำให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

2.2 ความงามทางศิลปะ (Sense of Beauty) ผลิภัณฑ์พื้นถิ่นทั้ง 5 ชุดมีคุณค่าความงามทางศิลปะที่ชัดเจน เนื่องด้วยการนำเอารูปแบบลวดลายในวัฒนธรรมเขมรมาใช้ในการจัดวางลงบนผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชิ้นลวดลายแต่ละชิ้นมีท่วงทำนองและจังหวะที่ผสมกลมกลืนระหว่างอดีตและปัจจุบันได้อย่างลงตัวสอดคล้องกับแนวคิดรวยบยอดกับการอุปมาอุปไมยโดยนักคิดกลุ่มตีคอนสตรัคชั่นกล่าวว่า คำใดคำหนึ่งในแต่ละคู่จะมีความสำคัญหรือมีคุณค่าที่ดีกว่าอีกคำหนึ่งเช่น มีด-สว่าน สวย-น่าเกลียด ดำ-ขาว เป็นต้น นักออกแบบได้หาจุดกึ่งกลางระหว่างความขัดแย้งหรือตรงข้ามกันโดยใช้การผสมผสานการซ้อนทับให้สามารถกลมกลืนอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัวปริมาณของความแตกต่างจึงดูเท่ากันไม่มีอะไรโดดเด่นกว่ากัน

2.3 คุณสมบัติของวัสดุและเศรษฐกิจ (Material & Economic) วัสดุที่นำมาใช้ในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแต่ละชิ้นผ่านการคัดเลือกจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยที่สอดคล้องสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนที่ทำการผลิตขึ้นงานทุกชิ้นเพื่อให้ลดต้นทุนในการผลิตก่อนที่จะนำจัดจำหน่ายต่อไป

2.4 แบบอย่างและวัฒนธรรม (Style & Culture) การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายเขมรในอีสาน สื่อสารเรื่องราวของรูปแบบลวดลายได้อย่างชัดเจนและลงตัวมากที่สุดด้วยมีการเชื่อมต่อระหว่าง ความเก่า+ความใหม่ ผ่านรูปแบบลวดลาย 3 มิติ สู่รูปแบบลวดลาย 2 มิติ ทำให้เรื่องราวในส่วนของวัฒนธรรมไม่เลือนหายและคงอยู่ตลอดไป จากคติความเชื่อเดิมผสมผสานกับความเชื่อใหม่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแนวคิดของ

วัฒนธรรมการออกแบบที่เป็นอิสระยึดหยุ่นด้วยการค้นหาเอกลักษณ์ของสังคมและสัญลักษณ์ทางวัตถุที่ถ่ายทอดแทนอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ “เมมphis สไตล์ (Memphis style)” ก่อกำเนิดมาจากความรู้โดยสันชาตญาณและจินตนาการ ที่สนองความต้องการทางจิตใจ และแนวคิดประโยชน์ใช้สอยด้วยดีไซน์ที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารขยายพรมแดนทางพฤติกรรมของมนุษย์

3. จากการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น เพื่อเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานีจำนวน 5 กลุ่ม 5 ชุมผลงาน สอดคล้องกับรูปแบบแนวคิดสไตล์ร่วมสมัยซึ่งหมายถึงการผสมผสานรูปแบบที่แตกต่างหลากหลายในช่วงเวลาเดียวกันเรียกว่าเป็นงานคอนเทมโพรารี หรือที่หลายส่วนใหญ่นักในชื่อว่า “งานร่วมสมัย” ลักษณะการสร้างสรรคมีคุณสมบัติพิเศษหลายอย่างของงานออกแบบร่วมสมัยในยุคแรกๆ ทำให้ได้สื่อสารเรื่องราวข้อมูลประวัติศาสตร์ศิลปะอีสานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป

ปรัชญาการออกแบบที่เกิดขึ้นอาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเพื่อมวลชนจากความเชื่อดั้งเดิมสู่ความเชื่อใหม่ผสานกลมกลืนสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียวระหว่างอดีตกับปัจจุบันไม่สามารถแยกออกจากกันได้เชื่อมต่อกันโดยเทคนิควิธีการแบบร่วมสมัย และการสร้างสมดุลระหว่างเก่าและใหม่

เอกสารอ้างอิง

- วิรัตน์ พิชญ์ไพบูลย์. (2527). **การออกแบบเครื่องเรือนสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัทรดิศ ดิศกุล, หม่อมเจ้า. (2533). **ศิลปะขอม เล่ม 3**. กรุงเทพฯ: ศูรสภา.
- เอกชาติ จันอุไรรัตน์. (2551). **สไตล์ในงานดีไซน์**. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์ จำกัด.
- Jessup, H. I. (2006). **Masterpieces of the National Museum of Cambodia: An Introduction to Collection**. Hong Kong: Orientations.

การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์

THE CREATION OF CREATIVE TOURISM TOURING ROUTE FOR BAN NONG KRADUK NUEA, NONG NOM WUA, LAT YAO, NAKHON SAWAN

ชนิษฐา ใจเป็ง^{1,*} และ จูรีรัตน์ ศิตศิริตัน²

Chanistha Jaipeng and Jureerat Sitsirat

¹สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

²สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹Tourism and Hospitality Management at Multidisciplinary College Christian University

²Hotel and Tourism Management at Chaopaya University

Received: 4 November 2020

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เพื่อนำไปสู่การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์และการบันทึกภาคสนาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เลือกแบบเจาะจง โดยเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 39 คน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อเป็นชุมชนชาวชาติพันธุ์ลาวครั้งที่มีการบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คนในชุมชนมีความพยายามเก็บรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมให้คงอยู่ผ่านการท่องเที่ยวในชุมชน จึงก่อให้เกิดการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนขึ้นเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานในการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: การจัดเส้นทาง, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, บ้านหนองกระดุกเนื้อ

* ผู้ประสานงาน: ชนิษฐา ใจเป็ง

อีเมลล์: peeup@hotmail.com

Abstract

The objective of the study was to study the general context and the creative tourist attractions of the community leading to the setting of the creative tourism route of Ban Nong Kraduk Nuea Community, Nhong Nom Wua Sub-District, Lad Yao District, Nakhon Sawan Province. It was qualitative research. Research tools comprised an interview form and field record. The sample consisted of 39 people related to tourism using purposive sampling. The research result was found that Ban Nong Kraduk Nuea Community was a community of Laos Klung ethnic group. The management system of tourism in the community was efficient. People in the community attempted to keep and spread culture to remain it via tourism in the community. This led to the setting of creative tourism route of to connect internal tourist attractions in the community. It will be a standard planning program for creative tourism in the futures.

Keywords: The Creation of Touring Route, Creative Tourism, Ban Nong Kraduk Nuea

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาลและมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzburger, 2010) เน้นรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการ

ท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่ได้กำหนดแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายการกระจายรายได้สู่พื้นที่เมืองรอง โดยเฉพาะการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพิ่มรายได้ให้แก่เศรษฐกิจฐานราก

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรก ๆ ที่ให้ความสนใจกับการพักผ่อน หย่อนใจ มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และยุคที่สามในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ธีระ สตินเฑียรรักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2563) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวกับผู้ถูกท่องเที่ยว ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว และเป็นผลให้เกิดความจดจำ-ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, 2563)

บ้านหนองกระดุกเนื้อ หมู่ที่ 5 ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นชุมชนชาวชาติพันธุ์ลาวครั้ง ซึ่งมีถิ่นฐานเดิมอยู่ที่หลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และได้อพยพมาอยู่บริเวณภาคกลางของประเทศไทยตั้งแต่ต้นสมัยรัตนโกสินทร์ วิถีชีวิตหลายอย่างของชาวบ้านหนองกระดุกเนื้อสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณี สำเนียงพูด คล้ายคลึงกับภาษาพูดของชาวลาวในหลวงพระบาง มีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา ซึ่งรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวลาวที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น ภาษา การแต่งกาย อาหาร ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบกับคนในชุมชนกลุ่มหนึ่งเล็งเห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงได้มีความพยายามเก็บรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมให้คงอยู่คู่กับชุมชน โดยมุ่งเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ โดยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านหนองกระดุกเนื้อเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่ในรูปแบบการท่องเที่ยวจะเป็นไปเฉพาะจุดขาดการเชื่อมโยงกันในการเดินทางท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องไป

ยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในชุมชน คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อแสดงตำแหน่ง และข้อมูลของแหล่งเที่ยวภายในชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้รูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นรูปแบบเดียวกัน

สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงเป็นเรื่องใหม่ แม้จะมีหลายหน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญ แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงไม่เป็นที่รู้จักกันมากนักทั้งในกลุ่มของผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่มีองค์ความรู้ที่ชัดเจน ทั้งในด้านรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การระบุนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมถึงการระบुकุมนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการแก้ปัญหาดังกล่าวจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดทำได้อย่างมีแบบแผนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จนนำไปสู่การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ จะส่งผลให้การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ หมู่ที่ 5 ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะบริบทและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ เพื่อนำผลจากการศึกษามาจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ โดยระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563 รวมระยะเวลา 12 เดือน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน พระสงฆ์ จำนวน 2 รูป คณะกรรมการชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 20 คน และปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 10 คน นักเล่าเรื่อง จำนวน 6 คน รวมจำนวน 39 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลและ การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุดดังต่อไปนี้

ชุดปฐมฤกษ์ข้อที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล เกี่ยวกับบริบททั่วไปของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ มุ่งเน้นถึงข้อคำถามเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน

ชุดปฐมฤกษ์ข้อที่ 2 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม เกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในการจัดบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยจะได้ทำการตรวจเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในลักษณะของข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รวมทั้งจะได้ทำการ

สัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบทภายในชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ จากนั้นจะมีการจัดประชุมกลุ่มย่อยให้เกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดและสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน และร่วมกันวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน รวมถึงกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะจัดทำหลังจากที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคและวิธีการต่างๆ แล้ว คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันสำหรับรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน สำหรับงานวิจัยขั้นนี้ใช้วิธีการสอบถาม สัมภาษณ์ และศึกษาข้อมูลจากเอกสาร โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาเขียนรายงานการวิจัยในเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

1.บริบททั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ

บ้านหนองกระดุกเนื้อ หมู่ที่ 5 ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ มีระยะทางห่างจากอำเภอลาดยาวไปทางทิศตะวันตกประมาณ 8 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดนครสวรรค์ไปทางทิศตะวันออก 30 กิโลเมตร พื้นที่ของหมู่บ้านส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบต่ำ มีลำคลองส่งน้ำคูขนาน กับทางหลวงหมายเลข 1072 พื้นที่ส่วนใหญ่เหมาะกับการทำการเกษตร (ทำนาข้าว) และปลูกพืชสวนครัว ทำสวน ทำไร่ ในอดีตทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของหมู่บ้านมีหนองน้ำขนาดใหญ่ ทำให้มีบรรดาสัตว์น้อยใหญ่ลงมาอาศัยกินน้ำจากหนองน้ำแห่งนี้ ส่วนชาวบ้านในหมู่บ้านเมื่อมีการเข้าป่าล่าสัตว์และเมื่อได้ล่าสัตว์มาแล้ว ก็จะนำสัตว์ที่ได้ล่ามาชำแหละเอาเนื้อและนำเอาเนื้อที่ชำแหละได้มาล้างทำความสะอาดเพื่อนำกลับมาเพื่อบริโภค โดยจะทิ้งโครงกระดูกของสัตว์ต่างๆไว้บริเวณริมขอบของหนองน้ำแห่งนี้ เมื่อนานวันจำนวนโครงกระดูกของสัตว์ก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นที่กล่าวขานกันจากชาวบ้าน และจากต่างหมู่บ้านว่าหมู่บ้านแห่งนี้สมควรจะเรียกชื่อ “บ้านหนองกระดุกเนื้อ” มาจนถึงปัจจุบัน (ซึ่งหมายความว่า หนองน้ำแห่งนี้มีแต่กระดูกของสัตว์ หรือเนื้อตามภาษาดั้งเดิม) จากข้อมูล จปฐ. (องค์การบริหารส่วนตำบลหนองนมวัว, 2562) บ้านหนองกระดุกเนื้อมี

จำนวนครัวเรือนทั้งหมด 168 ครัวเรือน แบ่งเป็นจำนวน 2 หมู่ คือ หมู่ที่ 5 และหมู่ที่ 6 ประชากรชาย 224 คน ประชากรหญิง 241 คน รวมทั้งสิ้น 465 คน เป็นหมู่บ้านที่มีประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามตลอดทั้งปี มีผู้นำชุมชน มีปราชญ์ชาวบ้านมีความรู้รอบด้านและเลื่อมใส มีการพัฒนา มีความสามัคคี มีวินัย ประชาชนรักความสงบเรียบร้อย มีกลุ่มกองทุนชุมชนที่เข้มแข็งดำเนินงานโดยหลักคุณธรรม มีธรรมาภิบาล ประชากรส่วนใหญ่มีชีวิตสงบเรียบร้อย ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประชากรนับถือศาสนาพุทธ มีการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น มีประเพณีวัฒนธรรมที่ผูกพันกับพระพุทธศาสนา เช่น การทำบุญในวันพระ ประเพณีสู่ขวัญข้าว ประเพณีขึ้นปีใหม่ และประเพณีสงกรานต์ อีกทั้งเป็นหมู่บ้านที่มีประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามตลอดทั้งปี

ประเพณีและเทศกาลสำคัญของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ ได้แก่ 1) ประเพณีแห่ธงสงกรานต์ เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาลสงกรานต์ เป็นประเพณีที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของทุกปี ในตอนเช้าจะมีการทำบุญตักบาตร ตอนบ่ายจะสงฆ์นำพระพุทธรูป มีการบังสุกุลอุทิศถึงญาติผู้ล่วงลับไปแล้ว และยังมีมหรสพการละเล่นพื้นเมือง 2) พิธีได้น้ำมันวันออกพรรษา ประเพณีการได้น้ำมันเป็นกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาอีกอย่างหนึ่งของชาวลาวครั้งที่ได้ปฏิบัติสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานานแล้ว การได้น้ำมันนั้นหมายถึง การจัดประทีปโคมไฟเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาในโอกาสเทศกาลออกพรรษา ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี การได้น้ำมันในวันออกพรรษา 3 คืบ มีกิจกรรมนำน้ำมันมะพร้าวมาหยอดในภาชนะที่ทำไว้ในบริเวณวัดเพื่อบูชาพระเจ้า 5 พระองค์ ที่เป็นบรรพบุรุษด้านพระพุทธศาสนาในประเพณีเดิมของชาวลาวครั้ง 3) บุญคูณลาน เป็นการทำบุญขวัญข้าวที่นวดเสร็จแล้วและกองไว้ในลานข้าวกำหนดทำในเดือนยี่จะเป็นข้างขึ้นหรือข้างแรมก็ได้ เหตุที่มีการทำบุญนี้เนื่องจากผู้ใดที่ทำนาได้ข้าวจำนวนมากๆ ก่อนหาบหรือขนข้าวมาใส่ยุ้งฉางก็อยากทำบุญกุศล เพื่อเป็นสิริมงคลให้เพิ่มความมั่งมีศรีสุขแก่ตนและครอบครัวสืบไปสำหรับตีหรือนวดข้าว เรียกว่า ลาน การเอาข้าวที่ตีแล้วมากองให้สูงขึ้นเรียกว่า คูณลาน หรือที่ เรียกกันว่าคูณข้าวขวนาที่ทำนาได้ผลดีอยากได้กุศลให้ทำทานให้รักษาศีล เป็นต้น ก็จัดเอาลานข้าวเป็นสถานที่ทำบุญ การทำบุญในสถานที่ดังกล่าวเรียกว่าบุญคูณลานกำหนดเอาช่วงเดือนยี่เป็นเวลาทำบุญจึงเรียกว่า บุญเดือนยี่ ในงานมีพิธีสมโภชบายศรีแม่โพสพ การแสดงวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งจากทั่วประเทศ ชิม ชม ช้อปตลาดนัดชุมชน โอท็อป การประกวดธิดาขวัญข้าว 4) งานบุญประเพณีสารทลาวบุญเดือน 10 นมัสการหลวงพ่อบุญ

ศักดิ์สิทธิ์ สืบสานตำนานกวนกระยาสารทิพย์ ช่วงเข้ามีพิธีทำบุญตักบาตร ในงานมีการกวนกระยาสารโบราณ การสาธิตการทำขนมพื้นบ้านและหัตถกรรมพื้นบ้าน การประกวดขันโตกอาหารพื้นบ้าน (สำหรับชาวหวาน) การแสดงวัฒนธรรม 3 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ลาวครั่ง ไทย และมอญ ชม ชิม ซ้อป ตลาดวัฒนธรรมสินค้า OTOP สินค้าพื้นบ้าน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ

1. อนุรักษ์การตีมัดโบราณ ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาการตีมัดแบบโบราณเอาไว้ และยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมในงานตีมัดไว้ ซึ่งมีกรรมวิธีในการตีมัด ดังนี้ 1) การตัดและผ่าเหล็ก ช่างจะนำเหล็กที่จะใช้ทำมัดมาวัดขนาดความยาวขนาดที่ต้องการ แล้วนำส่วนที่จะตัดไปเผาจนเหล็กร้อนแดงได้ที่ จากนั้นตัดด้วยเหล็กสกัด แล้วนำเหล็กที่ตัดไปเผาไฟอีกครั้งเพื่อผ่าทแยงตามความยาวของเหล็ก 2) การแบนหรือการตีหลาย คือ นำท่อนเหล็กที่ผ่าแล้วไปเผาไฟให้ร้อนแดงออกมาวางบนทั่ง เพื่อตีให้แบนและได้รูปทรงของมัดตามที่ต้องการ 3) การทำบ้องหรือเตี๋ย คือส่วนที่เป็นด้ามมัด ด้ามมัดที่เป็นแบบเตี๋ยทำได้โดยช่างจะตีส่วนโคนของด้ามมัดให้มีลักษณะเรียว ปลายแหลม เพื่อนำไปเสียบฝังในด้ามไม้ ส่วนการบ้อง คือการตีเหล็กส่วนโคนของมัดให้เป็นแผ่นแล้วตีให้ปลายทั้ง 2 ด้านโค้งเข้าหา 4) การตีแต่ง เป็นการตีเหล็กเพื่อให้ผิวเหล็กเรียบและได้มัดที่มีรูปร่างตามต้องการ ย้าคมให้บางและตรง 5) การตะไบแต่ง หลังจากที่ได้มัดให้ได้รูปตามที่ต้องการแล้ว ช่างจะตะไบแต่งส่วนคมมัดโดยใช้ตะไบเหล็ก หรือเครื่องเจียรในไฟฟ้า 6) การชุบคม ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งของการตีเหล็ก ซึ่งช่างต้องมีความชำนาญเป็นพิเศษ เพราะเป็นขั้นตอนที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคม แข็ง ไม่บิ่นง่าย โดยนำเหล็กที่ใช้ทำมัดที่ตกแต่งคมเรียบร้อยแล้วไปเผาเฉพาะส่วนคมเท่านั้น เมื่อเหล็กร้อนแดงเสมอกันโดยตลอดแล้ว ให้นำมาจุ่มในอ่างน้ำ โดยจุ่มลงไปเฉพาะส่วนคม ประมาณ 1-2 เซนติเมตร การจุ่มน้ำจะต้องทำอย่างรวดเร็ว ประมาณ 1-2 ครั้ง ก็จะได้มัดที่มีคมแข็ง ไม่บิ่นหรือบิดเบี้ยวง่าย

2. ผ้าทอลาวครั่ง เกิดจากฝีมือของช่างทออันเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมมาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคนของกลุ่มชนที่สืบเชื้อสายจากลาวครั่ง ผ้าทอเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวลาวครั่ง ในอดีตนั้นชาวลาวครั่งจะทอผ้ากันทุกครัวเรือนเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มของทุกคนในครอบครัว และใช้ในพิธีกรรมตามคติความเชื่อดั้งเดิมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติต่อดวงวิญญาณ พิธีกรรมเกี่ยวกับการเกิด การตาย และประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ของลาวครั่งจะมีเรื่องราวของผ้าทอเข้าไปเกี่ยวข้องเสมอ ผ้าทอลาวครั่งมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากกลุ่มชาติ

พันธุ์อื่น ๆ ผ้าที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชาวลาวครั้ง ก็คือ ผ้าชิ้นมัดหมี่ต่อตีนจก มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยการใช้เทคนิคการทอทั้งการจิด จก และมัดหมี่ โดยใช้ทั้งฝ้ายและไหมเป็นองค์ประกอบ ตัวชิ้นนิยมทอด้วยเส้นไหม ใช้กรรมวิธีมัดหมี่เส้นพุ่งเป็นลวดลายด้วยการย้อมสีเดียว และใช้วิธีการแต้มสีอื่น ๆ เพิ่มเติม หรือภาษาท้องถิ่นเรียกว่า แจะ เป็นการใช้ไม้จุ่มสีมาแต้มแต้มบนเส้นหมี่ เป็นการให้ลวดลายหมี่ที่มีสีสันเพิ่มขึ้น ถือเป็นเสน่ห์แบบดั้งเดิมอีกแบบหนึ่งของมัดหมี่ลาวครั้งแล้วทอสลักกับลายจิด จะเป็นลายเส้นตั้ง นำมาต่อด้วยตีนจกผ้าชิ้นลาวครั้งมักต่อดิ้นขึ้นด้วยฝ้ายหรือไหม ดิ้นขึ้น ตอนบนตกแต่งด้วยการจกลวดลาย และดิ้นขึ้นตอนล่าง ปล่อยเว้นให้เป็นพื้นผ้าสีแดง ถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวลาวครั้งจนถึงปัจจุบัน สีที่ใช้เป็นสีที่ได้จากธรรมชาติ เช่น สีเหลืองจากมะพูด หรือใบหูกวางสีน้ำตาลจากหมาก หรือประดู่ สีเทาจากประดู่ย้อมโคลน สีครามได้มาจากต้นครามผสมกับปูนกินหมากสีแดงได้มาจากครั้งลวดลายบนพื้นผ้าของชาวลาวครั้งส่วนใหญ่จะมาจากสิ่งของใกล้ตัวที่ใช้ในวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรม ความเชื่อ เช่น ลายนาค ลายม้า ลายขอ ลายดอกแก้ว ลายเอี้ย เป็นต้น ลายที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ลายโบราณ ลายหมี่ลวด และ ลายหมี่ตา ผ้าชิ้นตีนจกที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชาวลาวครั้ง เช่น ชิ่นก่าน ชิ่นหมี่ ชิ่นหมี่ตา ชิ่นหมี่น้อย เป็นชิ้นที่ใช้เทคนิคการมัดหมี่เป็นลวดลายแถบเล็ก ๆ สลับด้วยฝ้าย หรือไหมพื้นสีต่างๆ ลักษณะที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ซึ่งปรากฏในสิ่งทอของกลุ่มลาวครั้ง หรือไทครั้ง ก็คือ นิยมใช้โครงสร้างระร่อน เช่น สีแดง เป็นโครงสร้างหลัก โครงสร้างของผ้าจะแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ หัวชิ้น ตัวชิ้น และตีนชิ้น ผ้าลาวครั้ง เมื่อนำมาทำเป็นผ้าชิ้นลาวครั้ง ความสำคัญจะอยู่ที่ “ตีนชิ้น” ซึ่งในอดีตตีนชิ้นต้องเป็นสีแดงเท่านั้น ซึ่งคนโบราณใช้สีแทนสัญลักษณ์ถึงที่มาของบรรพบุรุษ ซึ่งสีแดงสื่อความหมายแทน “ดวงอาทิตย์” เนื่องจากบรรพบุรุษย้ายอพยพมาจากทิศตะวันออก และสีแดงจะใช้เฉพาะในส่วนตีนชิ้นเท่านั้น ผ้าชิ้นลาวครั้งมีการใช้สีหลัก ๆ อยู่ 5 สี ได้แก่ สีแดง สีดำ สีขาว สีเหลือง สีเขียว ลวดลายบนพื้นผ้า แบ่งออกเป็นตามความเชื่อและการบอกเล่าเรื่องราวในอดีต กลุ่มลวดลายที่เกิดจากความเชื่อที่ปรากฏอยู่ในนิทานพื้นบ้าน หรือตำนาน เช่น ลายนาคหรืองูใหญ่ ลายหงส์ ลายหงส์คู่ ลายสิงห์ ลายม้า ลายช้าง ลายตัวมอมหรือคชสีห์ ผ้าทอลาวครั้งใช้เวลาในการทอค่อนข้างนาน เป็นผ้าทอที่มีคุณค่าทางภูมิปัญญาแก่ผู้ที่ได้ครอบครองผ้าทอลาวครั้ง จึงเป็นผลผลิต ที่เกิดจากการรังสรรค์ของช่างทอผ้า เป็นการสืบสานวัฒนธรรม และ ภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเชื้อสายชาวลาวครั้งมาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคน แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เป็นความภาคภูมิใจของชุมชน

3. กลุ่มจักสาน มีการรวมกลุ่มอาชีพทำผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ตะข่อง ตะกร้าสาน จากเชือกฟาง การทอพรหมเช็ดเท้า ไม้กวาดก้านมะพร้าว กระบวนการของการทำงานจักสาน นั้นมีกรรมวิธีที่ไม่ซับซ้อน แต่ในด้านความคิดสร้างสรรค์แล้ว จะเห็นว่าการจักสานเป็น ความคิดที่แยบยลและเรียบง่ายอย่างหนึ่งของมนุษย์ แต่สัมฤทธิ์ผลในด้านประโยชน์ใช้สอยสูง และส่วนใหญ่ของงานหัตถกรรม จักสานทั่วไปจะใช้วัสดุพื้นบ้านที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นชุมชน บ้านหนองกระดุกเนื้อ การจักสานมีวิธีการทำที่เกิดจากความเรียบง่ายเท่าที่จะทำได้จากวัสดุ และเครื่องมือเพียงไม่กี่ชิ้น ไม่ต้องใช้เครื่องมือที่ยุ่งยากซับซ้อน วัสดุที่ใช้กัน ได้แก่ ไม้ไผ่ หวาย ใบลาน กก ฟาง และแฝก วัสดุเหล่านี้จะถูกตัด เพื่อเตรียมที่จะสาน ถัก ทอ ด้วย เครื่องมือพื้นบ้าน มีมีด กรรไกร คีม เหล็กแหลม การถ่ายทอดและการเรียนรู้งานจักสานในอดีตโดยส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทอดสืบทอดระหว่างกันภายในครอบครัวและเป็นอาชีพที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง การถ่ายทอดในอดีตอยู่ในวงแคบๆ ไม่ค่อยมีการสร้างสรรค์ใหม่ แต่ในปัจจุบันเปลี่ยนไปตามสังคม เศรษฐกิจ ทำให้การเรียนรู้และการผลิตเป็นไปเพื่อการค้า ทำให้บางครั้งอาจเกิดผลเสียในเรื่องของคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

4. อาหารถิ่น เมนูโซเหล่ไก่ เป็นอาหารของชุมชนไทครั้งที่มีมักจะทำกินกันในหมู่บ้าน ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวข้าวมานาเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนยังชุมชนไทครั้งได้ลิ้มลอง โดยทำจากไก่โองหรือไก่ตัวผู้รุ่นกระทง วิธีทำจะนำเนื้อไก่มาสับ นำเครื่องในมาหั่นเป็นชิ้น จุดสำคัญที่สุดคือต้องใส่ก้านกล้วย นำมาสับรวมกับเนื้อไก่ และนำมารวนให้สุกพร้อมกัน ซึ่งก้านกล้วยถือว่าเป็นคุณค่าทางโภชนาการมีไฟเบอร์สูง ทั้งนี้ในสมัยก่อนช่วงการลงแขกดำนา เจ้าภาพจะทำโซเหล่ไก่มาเลี้ยง พอทุกคนได้กินก็จะร้องว่า แซ่บ เมื่อเพี้ยนภาษาไทยครั้ง จึงกลายเป็นโซเหล่ หรือแซ่บหลายนั่นเอง และยังมีแจ่มมอญ แกงบอน แกงขี้เหล็ก ปลาแร่บอง และ แกงเปรอะหน่อไม้ อาหารถิ่นที่ได้รับความนิยมรวมถึงเอาไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงขนมมีแดกขนมของชุมชนไทครั้งบ้านหนองกระดุกเนื้อ ซึ่งแตกแปลว่า ตำหรือโขลกเป็น เอกลักษณ์ที่ใช้เรียกชื่อขนม คือ ขนมแดกกกล้วย แดกงา แดกข้าวโพด ในงานบุญวัฒนธรรม ชาวบ้านจะร่วมมือร่วมใจกันในการทำขนมนี้แล้วแจกจ่ายให้กับผู้ที่มาร่วมงานบุญ

5. การแสดงของท้องถิ่น เป็นการแสดงศิลปะพื้นถิ่นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยมี ชุดการแสดงดังนี้ 1) การแสดงสวรรค์รำแคน ใช้จำนวนนักแสดง 10 - 20 คน ระยะเวลาการแสดง 12 นาที เป็นการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ลาวครั้ง แสดงพลังสามัคคีของคนในชุมชน

หลังฤดูเก็บเกี่ยวมาสนุกสนานรื่นเริงกัน 2) การแสดงฟ้อนแพ่ดอกไม้บูชาพระรัตนตรัย จำนวนนักแสดง 10 - 20 คน ระยะเวลาการแสดง 10 นาที เป็นการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ลาวครั้งมักนำมาแสดงในวันสงกรานต์ เป็นการแสดงที่เน้นการบูชาพระรัตนตรัยและเป็นการรำที่อ่อนช้อย 3) การแสดงฟ้อนตำนานกฐิน ใช้จำนวนนักแสดง 8 - 16 คน ระยะเวลาการแสดง 10 นาที เป็นการแสดง อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ลาวครั้งการฟ้อนต้อนรับแขกที่มาร่วมงานกฐินในชุมชน

2. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ

จากการสัมภาษณ์ และจากการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุป ได้มีการจัดประชุมร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ และทางคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับคนในชุมชนได้จัดกิจกรรมทดลองเส้นทางท่องเที่ยวและทดสอบความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อร่วมกันดังนี้



ภาพที่ 1 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อ

1. ชมตุงลาวครั้งสองฝั่งทาง เชิญเข้าสู่หมู่บ้านลาวครั้งด้วยสัญลักษณ์ตุงประดับสองฝั่งทางเข้าหมู่บ้าน
2. แวะบ้านจำลองโบราณพร้อมสรรพด้วยหม้อ ไห เต่าถ่าน และของใช้ในไร่นาของชาวลาวครั้งในสมัยโบราณ
3. เดินลอดซุ้มตุงไม้ไผ่และผ้า เพื่อเป็นมงคลที่มาเยือน ต้อนรับด้วยเสียงแคน ฉิ่ง ฉาบ และกลองยาว

4. สักการะและกราบขอพรหลวงพ่อบุญจะทำการสิ่งใดก็จะประสบความสำเร็จดังใจ
5. ตลาดมีแดก ขนมีแดกเงา แดกกกล้วย ชื่อขนมของลาวครั้ง
6. ช้องจิว จิวใหญ่ สู้ช้องยักษ์ วัดถุ่มงคลเรียกทรัพย์
7. อนุรักษการติมิดโบราณ ศึกษาวิธีการติมิดแบบโบราณโดยการใช้เครื่องเป่าลม
8. กลุ่มแปรรูปสร้างรายได้ กล้วยฉาบครบรส ปลาข้าวปุ้นสำเร็จ สบู่สมุนไพร ขนมหั้วไทยลาวสารพัด ผักผลไม้หมักดองอบแห้ง
9. ทอผ้ากี่กระตุก ที่เลือนหายไปกว่า 20 ปี
10. ผ้าขึ้นตีนจก สืบสานการทอผ้าของลาวครั้งให้คงอยู่ต่อไป

ทั้งนี้อาหารถิ่นของลาวครั้งรวมถึงการแสดงท้องถิ่นยังไม่ได้บรรจุไว้ในการจัดเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านหนองกระดุกเนื้อ เนื่องจาก ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชนได้มีความเห็นร่วมกันว่าอาหารถิ่นของลาวครั้งรวมถึงการแสดงท้องถิ่นนั้นจะมีการจัดขึ้นในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวเท่านั้น แต่หากการท่องเที่ยวในชุมชนได้รับความนิยมและมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอาจจะมีการนำอาหารถิ่นของลาวครั้งรวมถึงการแสดงท้องถิ่น สอดแทรกเข้ามาเพิ่มเติมต่อไป

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนด้วย จากผลการวิจัย พบว่า ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อเป็นชุมชนชาวชาติพันธุ์ลาวครั้งที่มีระบบการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนด้วยชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวลาวที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น ภาษา การแต่งกาย อาหาร ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบกับคนในชุมชนกลุ่มหนึ่งเล็งเห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากคนในชุมชนมีความพยายามเก็บรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมให้คงอยู่ โดยผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณ

ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ สอดคล้องกับปีรันธ์ ชินโชติ และ อีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่พบว่า การจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน และการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนสามารถจัดได้เป็น 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ อนุรักษ์การตีมีดโบราณ ผ้าทอลาวครั่ง กลุ่มจักสาน อาหารถิ่น และการแสดงท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกับชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวดี เพือกบัวขาว (2561) ที่พบว่ารูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มี 4 องค์ประกอบได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี การให้ความสะดวก และ กิจกรรมการท่องเที่ยว ในอดีตการท่องเที่ยวมักจะกล่าวถึง การเที่ยวธรรมชาติ ชุมชนหรือ ท้องทะเล รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ทว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การท่องเที่ยวเชิงวิถีวัฒนธรรม กลับเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ว่าชาวไทยหรือต่างชาติล้วนให้ความสนใจมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เหตุผลสำคัญคงเป็นการเติบโตของเมืองใหญ่ที่ทำให้ผู้คนห่างไกลจากวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่เร่งรีบ คนในเมืองใหญ่หรือคนจากสังคมที่เจริญทางวัตถุ จึงโหยหาวิถีชีวิตสงบ ชุมชนท้องถิ่นในชนบทจึงกลายเป็นจุดหมายใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว ผู้อยากสัมผัสวิถีวัฒนธรรมของชาวบ้านอย่างแท้จริง ทั้งนี้ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อเป็นชุมชนที่มีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา มีวิถีชีวิตแบบชุมชนท้องถิ่นที่แท้จริง มีไร่ปลูกแตงมาเพื่อการท่องเที่ยว และมีประเพณีท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม จากการที่ชุมชนชาวชาติพันธุ์ลาวครั่งมีต้นทุนทางด้านทุนทางสังคมสูงส่งผลให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นการประยุกต์กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับวิถีชีวิตลาวครั่ง และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้นของคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว และท้ายที่สุดทำให้เกิดการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตพื้นบ้าน เกิดจิตสำนึกเกิดความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น การฟื้นฟู อนุรักษ์ รักษา และสร้างสมดุลให้แก่ชุมชนทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านสิ่งแวดล้อมโดยสิ่งต่างๆ เหล่านี้ถูกนำมาเพิ่มมูลค่า สร้างความเข้มแข็งและรายได้ให้แก่ชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อควรมีการรวมกลุ่มการท่องเที่ยวและมีการถ่ายทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง และถ่ายทอดเรื่องราวผ่านนักร้องชุมชน
2. ชุมชนบ้านหนองกระดุกเนื้อควรมีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำเที่ยวภายในชุมชน และควรมีการศึกษาถึงแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต่อไป
3. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจเพิ่มชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสามารถนำมาบูรณาการองค์ความรู้เข้าด้วยกัน เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธีระ สันเดชารักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท. (2563). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของ นักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก <http://www.dasta.or.th/th/theory/1615-การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์-การรับรู้ของนักท่องเที่ยว-html>.
- ปิรันธ ชินโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(1), 250–268.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. (2563). องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism). สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2563, จาก http://www.dasta.or.th/creativetourism/attachments/article/112/20_9271.pdf
- วิภาณี เผือกบัวขาว. (2561). รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 7(พิเศษ), 47–60.
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองนมวัว. (2562). ข้อมูลความจำเป็นพื้นฐานตำบลหนองนมวัวปี 2562. เอกสารประกอบการประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลหนองนมวัว, นครสวรรค์.

- Richards, G. & Raymond, C. (2000a). **Cultural tourism: challenges for management and marketing**. In Gartner, W. and Lime, D. (eds) Trends 2000. CAB International, Wallingford pp. 187-195.
- Wurzburger, R. (2010). Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference. A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities. In **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe**, (pp. 15–25). New Mexico: USA.

การสร้างตลาดออนไลน์เกษตรกรนาเกลือและนาข้าวเพื่อยกระดับมูลค่า และคุณค่าผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ “วิถีวิธีบ้านดุง”

CREATION OF A SALT AND RICE FARMER ONLINE MARKETPLACE FOR PROMOTING VALUES OF PRODUCTS WITH “WAY OF BAN DUNG” IDENTITIES

อเสข ชันธิชัย*

Asekha Khantavchai

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Faculty of Science and Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 1 December 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยการสร้างตลาดออนไลน์เกษตรกรนาเกลือและนาข้าวเพื่อยกระดับมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ “วิถีวิธีบ้านดุง” มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตลาดออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ สำหรับรองรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของเกษตรกรนาเกลือและนาข้าวอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ที่มีประสิทธิภาพ “ขายได้ ชื้อดี และยั่งยืน” และขยายผลไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

ทีมวิจัยดำเนินการสร้างเครือข่ายของผู้ขายสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 โหนด ผลการวิเคราะห์หาค่าความเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายพบว่า A1 เป็นโหนดที่มีอิทธิพลมากที่สุดในเครือข่าย ซึ่ง A1 แทน นายวิรัตน์ ชีพจำเป็น เจ้าของสวนก้านันพันล้าน และเป็นก้านันตำบลโพธิ์สูง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีด้วย ทำให้สามารถสรุปออกมาได้ว่า นายวิรัตน์ ชีพจำเป็น เป็นผู้ขายสินค้าและบริการที่ได้รับความไว้วางใจและการแนะนำบอกต่อมากที่สุดในเครือข่ายความไว้วางใจของผู้ ขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี นำผลการวิเคราะห์นี้ไปใช้ในการสร้างเครือข่ายตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” ให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

* ผู้ประสาน: อเสข ชันธิชัย

อีเมล: asekha.kh@ssru.ac.th

เว็บไซต์ตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” มี 2 ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ ระบบจัดการเว็บไซต์ และส่วนติดต่อผู้ใช้ ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจได้ข้อสรุปว่า ระบบจัดการเว็บไซต์ ที่สำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริการ จำนวน 30 คน พบว่าการบริหารจัดการร้านค้ามีความง่ายและสะดวกในการใช้งาน (4.32) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เว็บไซต์มีการจัดการการแจ้งเตือนและการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (4.48) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และระบบหลังบ้านใช้งานง่ายและมีความปลอดภัยสูง (4.00) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จึงสรุปว่าความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของระบบจัดการเว็บไซต์เท่ากับ 4.27 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนติดต่อผู้ใช้ สำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริการ จำนวน 30 คน พบว่า ด้านเนื้อหา มีคะแนนเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และด้านการออกแบบมีคะแนนเฉลี่ย 4.43 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก นอกจากนี้ยังสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์จากผู้ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ จำนวน 50 คน พบว่า ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และในด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: เศรษฐกิจแบ่งปัน, การท่องเที่ยว, ตลาดออนไลน์, คำชะโนด

Abstract

The research project titled Creation of a Salt and Rice Farmer Online Marketplace for Promoting Values of Products with “Way of Baan Dung” Identities aimed to create an online marketplace for local products of salt and rice farmers, Baan Dung, Udonthani, to promote “sustainable trading” and further applications in other areas.

A network in this research was a graph or diagram consisting of nodes and edges; in particular, a total of 150 nodes represented sellers, OTOP sellers and SMEs while edges substituted trust and word of mouth between each node. From the data analysis, it was found that A1 was the most influential node in the network; it represented Mr. Wirat Cheepjampan, the owner of Suan Gamnan Panlan and a village headman of Phonsung sub-district, Ban Dung district,

Udonthani. Thus, it can be stated that he was the product and service seller earning the most trust and word of mouth in the network of trust of sellers, OTOP sellers and SMEs in Ban Dung district, Udonthani.

The online marketplace website “Ban Dung Brand” consisted of two main parts, namely a website management system and a user interface (UI). Satisfaction of 30 users who were sellers and service providers towards the website management system and a user interface was assessed. The results showed that in terms of the website management system, there was a high level of satisfaction with ease of store management (4.32), effective notification and shipping management (4.48), and a simple and secure backend system (4.00). It can be pointed out that the average satisfaction of the website management system was at a high level (4.27). As for the user interface, the results indicated a high level of satisfaction with contents (4.34) and design (4.43). In addition, the satisfaction of 50 users who purchased the products via the website was assessed. It was found that they had a high level of satisfaction with contents (4.19) and usage (4.19) while having the highest level of satisfaction with design (4.51).

Keywords: Sharing Economy, Traveling, Online Marketplace, Kamchanod

บทนำ

ประชาชนในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ประกอบอาชีพเกษตรกรทำนาเกลือ และนาข้าวเป็นหลัก แต่ยังถือว่าเป็นอาชีพที่รายได้ไม่มั่นคง เกิดปัญหาหลายอย่างที่ภาครัฐ และเอกชนต้องเข้าไปช่วยเหลือเกษตรกรหาผู้ซื้อ การประกันราคา หรือช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับชาวนาข้าวและชาวนาเกลืออยู่เสมอ และยังมีปัญหาความขัดแย้งระหว่างชาวนาเกลือ และชาวนาข้าวในแง่การจัดสรรพื้นที่ประกอบอาชีพ ปัญหาการผลิตเกลือในพื้นที่ที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมที่ควรต้องทำการปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน ความขัดแย้งของชุมชนผู้ผลิตเกลือที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม เพราะดินเค็มและน้ำเค็ม ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาด้าน

การเกษตรกรรม สร้างปัญหาให้กับชาวนาข้าว และชาวบ้านโดยรอบ และสร้างปัญหาให้กับแหล่งน้ำที่มีแนวโน้มที่จะขาดแคลนมากยิ่งขึ้นในอนาคต นอกจากนี้เกลือหินถูกทำลายและถูกนำขึ้นสู่ผิวดินโดยวัฏจักรของน้ำบาดาล การละลายออกไปของเกลือทำให้เกิดโพรงใต้พื้นดิน ซึ่งถ้าหากเป็นโพรงขนาดใหญ่ ดินชั้นบนรับน้ำหนักไว้ไม่ได้อาจจะเกิดการถล่มตามมาได้ ดังนั้นเกลือหินที่มีอยู่อย่างมากมายมหาศาลในพื้นที่ จึงให้ทั้งประโยชน์และโทษ จากปัญหาดังกล่าวชุมชนจึงเกิดความสนใจและต้องการสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวและชุมชน โดยมีแนวคิดในการศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปจากเกลือสินเธาว์ ให้เกิดผลงานเป็นรูปธรรมชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถสร้างอาชีพเชิงสร้างสรรค์ได้ในอนาคต นอกจากนี้ทุกภาคส่วนยังมีแนวทางจะส่งเสริมนวัตกรรมจากอาชีพนาเกลือ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกลือ การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวคาเฟ่โนด และพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าผ่านวิถีชุมชนนาเกลือกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้ง สวทช. ยังได้รับสมัครชาวอำเภอบ้านดุงที่สนใจเข้าสู่งานการเรียนรู้ "พลังทางปัญญา" ปรับเปลี่ยนความคิดใหม่ ที่สอนให้คิดเป็น คิดได้ ซึ่งมีผู้สนใจสมัครเป็นจำนวนมาก (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น, 2559)

การพัฒนาตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ ตลาดออนไลน์ สำหรับจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของเกษตรกรรมเกลือและนาข้าว ทีมวิจัยจะต้องดำเนินการบนหลักการการสร้างตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ 5 ข้อ (รัฐสุตา สกลกิจดิณภากุล และ พิรภาว์ ทวีสุข, 2560; อีรินทร์ เกตุวิชิต, บุญทวรรณ วิงวอน และ จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ, 2561) ได้แก่

1. ตลาดแนวตั้งมีแนวโน้มการเจริญเติบโตได้เร็วกว่า: ตลาดออนไลน์แนวนอนที่เน้นการขายกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ มีการแข่งขันที่สูงและมีความซับซ้อนมาก ตัวอย่างเช่น eBay พวกเขาต้องลงทุนลงแรงมหาศาลในการรักษาสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ในขณะที่ตลาดออนไลน์แนวตั้งเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะอย่าง Uber และ Lyft ผู้เข้าใช้งานมีความต้องการง่าย ๆ เพียง “หารถ” เท่านั้น

2. พัฒนาตลาดให้สำเร็จในประเทศก่อน จึงขยายไปสู่ต่างประเทศ: ทุกวันนี้แอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook, Instagram, Twitter และอื่น ๆ ช่วยในการบริหารจัดการโฆษณาได้ดีขึ้น เราสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายตามพื้นที่และความสนใจได้ ดังนั้นเราควรพัฒนาตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่เป้าหมายเสียก่อน จึงขยายผลความสำเร็จนั้นสู่พื้นที่อื่น ๆ

3. Curation เครื่องมือสำคัญ ช่วยให้ผู้ใช้ซื้อตัดสินใจได้ดีขึ้น: การรวบรวมข้อมูลผู้ขายสินค้า ไว้เป็นรายการในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยทำให้ผู้ใช้ซื้อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ได้สินค้าคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม และช่วยให้ผู้ขายกำหนดราคาสินค้าได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4. ค้นหาช่องว่างให้เจอ: การสร้างตลาดออนไลน์ อย่างมองหาแต่ตลาดสินค้าที่เห็นชัดเจน ตลาดที่ใคร ๆ ก็มองเห็นและทำได้ เราต้องมองหาช่องว่างของความชัดเจนนั้นให้เจอ ช่องว่างที่ไม่เคยมีใครเห็นมาก่อน ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันสต็อกสินค้าออนไลน์ ที่ไม่ตามกระแสการขายสินค้าออนไลน์ที่ใคร ๆ ก็ขายกัน พวกเขา กลับสร้างบริการรับสต็อกสินค้าออนไลน์ ที่พวกเขาจะได้อะไรแบ่งจากทุก ๆ การขายสินค้าออนไลน์เหล่านั้น

5. ความสำเร็จไม่ใช่จุดหมายปลายทาง: เมื่อตลาดออนไลน์ของเราประสบความสำเร็จ มีขนาดใหญ่มากขึ้น เราอยากทำเพียงการ “นอนนับเงิน” เราควรคิดและพัฒนาอยู่เสมอ อย่างเช่นสิ่งที่ Etsy ทำเมื่อพวกเขาประสบความสำเร็จ ก็คือ การเพิ่มผลตอบแทนให้กับผู้ขายมากขึ้น 10% เพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง ที่จะได้ไม่ได้แค่เพียงความภาคภูมิใจจากผู้ขาย ยังจะเป็นการช่วยให้เกิดบัญชีทางการจากบริษัทต่าง ๆ มากขึ้น

สรุปว่าการสร้างตลาดออนไลน์ เพื่อยกระดับมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ “วิถีวิธีบ้านดุง” เป็นแนวทางที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างมาก เพราะมีการจำกัดขอบเขตทั้งในลักษณะพื้นที่และตัวสินค้า

ด้วยเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมา ทีมวิจัยจึงได้พัฒนาโครงการวิจัยการสร้างตลาดออนไลน์ เกษตรกรนาเกลือและนาข้าวเพื่อยกระดับมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ “วิถีวิธีบ้านดุง” ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ให้ประสบความสำเร็จ โดยใช้กลยุทธ์ 5 ข้อ ข้างต้น ในการสร้างตลาดออนไลน์ สร้างความแตกต่างจากตลาดออนไลน์อื่น เพื่อให้ “ขายได้ ซื้อดี และยั่งยืน” แล้วขยายผลการวิจัยไปสู่พื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พร้อมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไป สำหรับการดำเนินการวิจัยของโครงการจะสร้างเครือข่ายความไว้วางใจและการบอกต่อ ซึ่งเป็นกราฟหรือแผนภาพที่ประกอบไปด้วยโหนดและเส้น โดยโหนดแทนผู้ขายสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs จำนวน 150 โหนด และเส้นแทนความไว้วางใจและการบอกต่อในสินค้าที่มีต่อกันระหว่างโหนด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเป็นศูนย์กลางของเครือข่าย เพื่อหาโหนดที่ได้รับความไว้วางใจและการบอกต่อ

มากที่สุด นำผลการวิเคราะห์นี้ไปใช้ในการสร้างเครือข่ายตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” ให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างตลาดออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ สำหรับรองรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของเกษตรกรนาเกลือและนาข้าว อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ที่มีประสิทธิภาพ “ขายได้ ซื้อมี และยั่งยืน” และขยายผลไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเครือข่ายความไว้วางใจและการบอกต่อในสินค้าที่มีต่อกัน ระหว่างชาวบ้าน ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี และนำผลการวิเคราะห์มาพัฒนาตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร แบ่งเป็น ผู้ขาย ได้แก่ ชุมชนชาวนาเกลือ ชุมชนชาวนาข้าว ชาวบ้านทั่วไป ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง และอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดอุดรธานี โดยเน้นไปที่เครือข่ายชาวบ้านของศูนย์ศิลปาชีพบ้านก้ามแมด และผู้ค้าในตลาดผ้าานาข้าว และผู้ซื้อ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวคำชะโนด แหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย เป็นกลุ่มเป้าหมายเริ่มต้น ขึ้นต่อไปจึงขยายฐานผู้ซื้อไปเป็นประชาชนทั่วประเทศ และหากประสบความสำเร็จตามเป้าหมายจะขยายฐานผู้ซื้อไปเป็นประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง และประเทศอื่น ๆ ต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น ผู้ขาย ได้แก่ ชุมชนชาวนาเกลือ ชุมชนชาวนาข้าว ชาวบ้านทั่วไป ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง และอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 30 คน และผู้ซื้อ ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าในเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ในช่วงดำเนินโครงการวิจัย จำนวน 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 โปรแกรม WordPress เป็นโปรแกรมที่สร้างและบริหารจัดการบล็อก เหมาะสำหรับการทำเว็บไซต์รูปแบบนี้ สามารถปรับแต่งออกแบบรูปแบบการแสดงผล ติดตั้งโปรแกรมเสริม และเลือกโฮสต์ได้ตามความต้องการ WordPress เหมาะกับการนำไปพัฒนาเว็บไซต์

เพราะมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน สามารถสร้างและจัดการเนื้อหาในปริมาณมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีโปรแกรมเสริมที่รองรับการใช้งานต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

2.2 โปรแกรม Gephi 0.9.2 เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับแสดงผลความเชื่อมโยงของข้อมูลแบบเครือข่าย (Network) เป็นซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์ส (Open Source) สำหรับการวิเคราะห์เครือข่ายสังคม (Social Network Analysis: SNA)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

โครงการวิจัยนี้ได้ดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

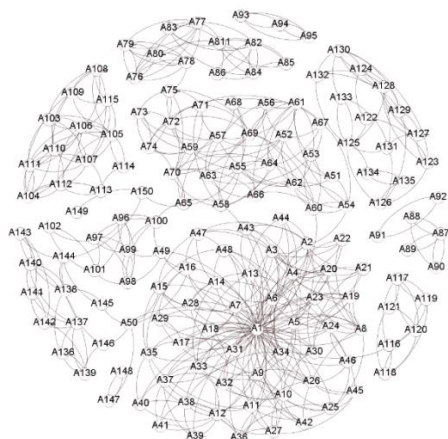
3.1 ดำเนินการลงพื้นที่เป้าหมาย เข้าพบผู้นำชุมชน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการวิจัย การจัดประชาสัมพันธ์โครงการให้ชาวบ้าน และ SMEs เข้าร่วมโครงการ จัดประชุมปรึกษาหารือระหว่างทีมวิจัย ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานชาวบ้านที่สนใจ ร่วมวางแผนการดำเนินการวิจัย รวมทั้งสำรวจข้อมูลผู้ขายสินค้าในพื้นที่ที่น่าไว้วางใจในการรักษามาตรฐานของสินค้าและการบริการ

3.2 การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลผู้ค้าในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์หลักก็คือ เพื่อนำไปสร้างเครือข่ายความไว้วางใจและการบอกต่อ ซึ่งเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ค้าเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปค้นหาผู้ค้าที่มีศักยภาพ โดยทีมวิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจทั้งร้านค้าที่เป็นรถเข็นหรือรถพ่วง ร้านขายของชำ ร้านอาหาร ร้านค้าในตัวเมือง ร้านที่ให้บริการด้านต่าง ๆ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มชุมชน ผู้ขายสินค้า OTOP ผู้ขายสินค้าในตลาดนัด และอื่น ๆ รวมแล้วจำนวน 150 ร้านค้า

3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับชุมชน มาสรุปและออกแบบตลาดออนไลน์ให้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ “ขายได้ ขายดี และยั่งยืน” โดยทำการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำชุมชน และเครือข่ายชาวบ้านที่สนใจเข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งทบทวนข้อมูลให้ละเอียดรอบคอบตลอดการดำเนินงาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 3.2 มาสร้างเครือข่ายความไว้วางใจและการบอกต่อ โดยโหนดแทนผู้ขายสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs จำนวน 150 โหนด และเส้นแทนความไว้วางใจและการบอกต่อในสินค้าที่มีต่อกันระหว่างโหนด กล่าวคือ เมื่อโหนด A1 แนะนำหรือไว้วางใจคุณภาพในสินค้าและบริการของโหนด A2 จะมีเส้นแบบมีทิศทางส่งจาก A1 ไปยัง A2 ทำเช่นนี้จนครบ 150 โหนด จะได้เครือข่ายออกมาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 เครือข่ายความไว้วางใจของผู้ขายสินค้าและบริการ

จากนั้นนำเครือข่ายไปวิเคราะห์หาค่าความเป็นศูนย์กลางด้วยโปรแกรม Gephi 0.9.2 เพื่อระบุโหนดที่มีอิทธิพลต่อโหนดอื่นมากที่สุด แล้วนำผลที่ได้ไปวางแผนการสร้างและพัฒนาเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์เมื่อเสร็จสิ้นการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นโหนดและเส้นได้อย่างชัดเจนส่วนกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดมีโหนด A1 เป็นศูนย์กลาง ซึ่งคำว่าศูนย์กลาง ณ ที่นี้ หมายถึงเป็นจุดที่มีติกรหรือจำนวนเส้นที่เชื่อมสูงสุด ในการวิเคราะห์เครือข่ายสังคมเรียกค่าความเป็นศูนย์กลางนี้ว่า Degree Centrality ซึ่งค่าความเป็นศูนย์กลางยังมีอีกหลายค่าที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์เครือข่ายสังคมเพื่อหาโหนดที่มีอิทธิพลมากที่สุด (Lin, Shang, & Liu, 2014) ได้แก่ Degree Centrality, Betweenness Centrality, Closeness Centrality, Clustering Coefficient และ Eigenvector Centrality ซึ่งแต่ละค่าต้องเลือกนำมาใช้งานอย่างเหมาะสม สำหรับโครงการวิจัยนี้ค่าความเป็นศูนย์กลางที่เหมาะสมในการหาโหนดที่มีอิทธิพลในด้านความไว้วางใจและการแนะนำบอกต่อ อันจะส่งผลดีต่อโครงการวิจัยมากที่สุด นั่นคือ Degree Centrality, Betweenness Centrality และ Eigenvector Centrality โดยผลการวิเคราะห์หาค่าความเป็นศูนย์กลางเหล่านี้แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเป็นศูนย์กลางที่มีค่าสูงสุด 10 อันดับแรก

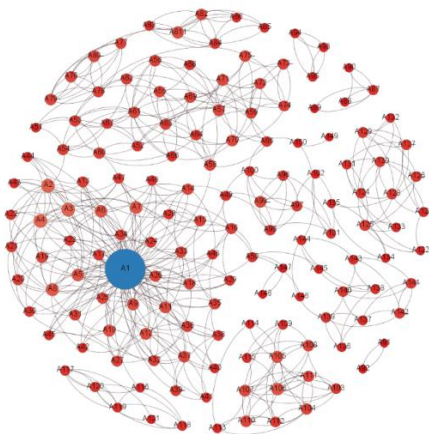
Node	Degree	Betweenness	Eigenvector
A1	88	6038.395598	1
A2	15	117.1622052	0.260210529
A3	15	7.541666667	0.288065221
A4	15	7.541666667	0.324045766
A8	13	13	0.203140024
A6	12	123.1551957	0.30291441
A7	12	106.75	0.269788201
A106	12	24.91666667	0.041807351
A5	12	16.03809524	0.288918408
A811	11	30.5	0.031261146

นอกจากนี้ค่าความเป็นศูนย์กลางแต่ละค่าสามารถแสดงได้โดยใช้ขนาดและสีของโหนดในเครือข่าย ผ่านโปรแกรม Gephi ซึ่งทำให้สามารถมองภาพรวมได้ง่ายขึ้น โดยสีร้อน (แดง) จะมีค่าน้อยกว่าสีเย็น (น้ำเงิน) ซึ่งจะใช้สำหรับทุกเครือข่ายที่จะกล่าวถึงหลังจากนี้ แสดงความหมายของแถบสีดังรูปต่อไปนี้



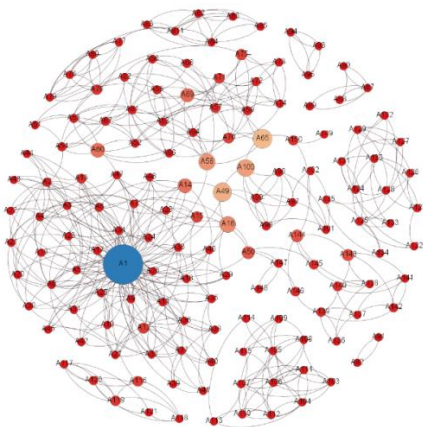
ภาพที่ 2 แถบสีแทนค่าความเป็นศูนย์กลางจากน้อยไปหามาก

(1) ผลการวิเคราะห์เครือข่ายความไว้วางใจของผู้ขายสินค้าและบริการโดยพิจารณาค่าความเป็นศูนย์กลาง Degree Centrality



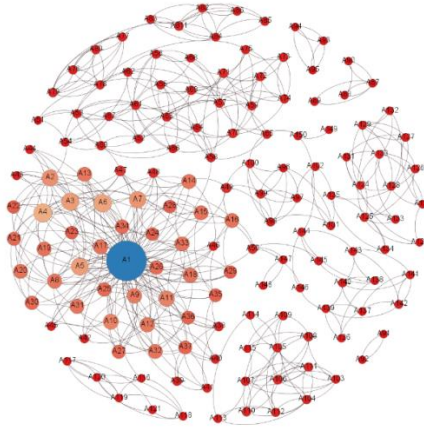
ภาพที่ 3 เครือข่ายสังคมของการวิเคราะห์ค่า Degree centrality

(2) ผลการวิเคราะห์เครือข่ายความไวใจของผู้ขายสินค้าและบริการ โดยพิจารณาค่าความเป็นศูนย์กลาง Betweenness Centrality



ภาพที่ 4 เครือข่ายสังคมของการวิเคราะห์ค่า Betweenness Centrality

(3) ผลการวิเคราะห์เครือข่ายความไวใจของผู้ขายสินค้าและบริการ โดยพิจารณาค่าความเป็นศูนย์กลาง Eigenvector Centrality



ภาพที่ 5 เครือข่ายสังคมของการวิเคราะห์ค่า Eigenvector Centrality

จากตารางที่ 1 เรียงลำดับโดยใช้ค่า Degree centrality เป็นสำคัญ แต่ไม่ว่าจะพิจารณาโดยใช้ค่าใดก็ตาม โหนด A1 ก็เป็นโหนดที่มีความโดดเด่นมากที่สุดและอยู่ในกลุ่มใหญ่ตามภาพที่ 6 ทำให้สรุปได้ว่า A1 เป็นโหนดที่มีอิทธิพลในเครือข่ายมากที่สุด ซึ่ง A1 แทน นายวิรัตน์ ชีพจำเป็น เจ้าของสวนก้านันพันล้าน และเป็นก้านันตำบลโพนสูง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีด้วย ทำให้สามารถสรุปออกมาได้ว่า นายวิรัตน์ ชีพจำเป็น เป็นผู้ขายสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมไว้อย่างมากและการแนะนำบอกต่อมากที่สุดในเครือข่ายความไวของผู้ขายสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์เครือข่ายสังคมนำไปสู่การดำเนินการของทีมีวิจัยในขั้นตอนต่อนั้นคือ เข้าพบประพุดคุยกับ นายวิรัตน์ ชีพจำเป็น ขอให้เข้าร่วมโครงการวิจัยและเป็นผู้รับผิดชอบในการเชิญของผู้ขายสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs ในพื้นที่ มาร่วมโครงการวิจัย แล้วทีมีวิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้สินค้าและบริการที่มีความพร้อม เพื่อจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” ต่อไป

นอกจากนี้ยังใช้สวนก้านันพันล้าน ตำบลโพนสูง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นพื้นที่ส่วนกลางในการเผยแพร่ผลการวิจัย ประชุม และให้ความรู้แก่ผู้ขายสินค้าและบริการ เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้ ชาวบ้าน ชุมชนและ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการร้านค้า การขนส่งที่มีประสิทธิภาพสูง

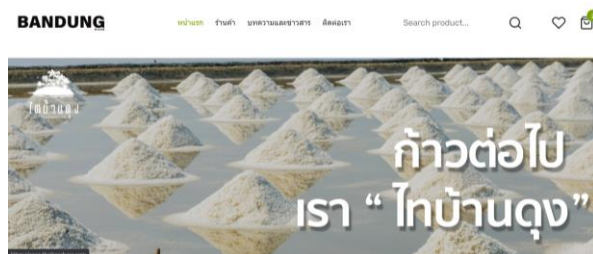
และการบริการหลังการขายที่สามารถตอบสนองลูกค้าออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม และถอดบทเรียนเพื่อสร้างต้นแบบ สำหรับขยายผลไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

5. การสร้างและพัฒนาตลาดออนไลน์

ทีมวิจัยดำเนินการสร้างตลาดออนไลน์ ตามที่ได้ออกแบบเอาไว้ โดยใช้โปรแกรม Wordpress ชื่อ Lukani ที่ทีมวิจัยและชาวบ้านมีความเห็นตรงกันว่าเหมาะสมในการใช้เป็นตลาดออนไลน์ระดับท้องถิ่นมากที่สุด โดยใช้ชื่อว่า “บ้านดุงแบรนด์” ที่อยู่เว็บไซต์ “Bandungbrand.com” โดยมีส่วนประกอบต่าง ๆ และรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ส่วนติดต่อผู้ใช้ (User interface หรือ Front end)

ส่วนติดต่อผู้ใช้ เป็นส่วนที่ผู้ใช้ทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมาย จะมองเห็นและเข้ามาใช้งานได้ของเว็บไซต์ ตัวอย่าง เช่น หน้าโฮม หน้าเว็บเพจ เนื้อหาต่าง ๆ รูปภาพ ลิงก์ เป็นต้น ความสำคัญของส่วนติดต่อผู้ใช้ ส่วนนี้จะแสดงหน้าตาของเว็บไซต์ให้ผู้เข้าชมเห็น การออกแบบก็จะเป็นส่วนที่ช่วยดึงดูดและทำให้ผู้อื่นสนใจเว็บไซต์ ทั้งความสวยงาม การใช้งานเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย สะดวก และทำให้ผู้เข้าชมเห็นว่าเว็บไซต์มีการพัฒนาอยู่ตลอด (Mospichit, 2016)



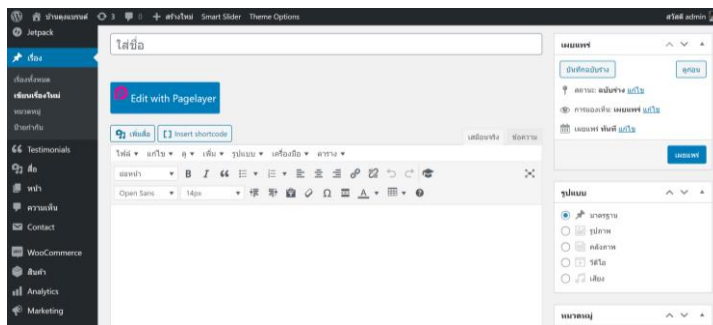
ภาพที่ 6 ส่วนบนของเว็บไซต์



ภาพที่ 7 หน้าแสดงผลผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์

5.2 ระบบจัดการเว็บไซต์ (Back end)

ระบบจัดการเว็บไซต์ สามารถเรียกสั้น ๆ ว่า หลังบ้าน ตัวอย่างเช่น จัดการฐานข้อมูล โครงสร้างเว็บไซต์ การเขียนโค้ดควบคุม XML, text file, JAVA, PHP, C#, C++ เป็นต้น จะมีไว้สำหรับผู้ดูแลระบบ หรือผู้ที่ได้รับอนุญาต เพื่อทำการ เพิ่ม ลบ แก้ไข เปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน ข้อมูลเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์ Bandungbrand.com ใช้เครื่องมือ wordpress เป็นระบบจัดการเว็บไซต์



ภาพที่ 8 หน้าต่างสำหรับเขียนลงสินค้าตัวใหม่

6. การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์”

หลังจากดำเนินการเผยแพร่เว็บไซต์ Bandungbrand.com เป็นระยะเวลา 2 เดือน ทีมวิจัยได้สำรวจความพึงพอใจต่อเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ชาย ชาวบ้าน ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จำนวน 30 คน และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” จำนวน 50 คน ได้ผลการประเมินดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ขาย ชาวบ้าน ชุมชน และ SMEs

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับความพึงพอใจ	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ด้านเนื้อหา	4.34	มีความพึงพอใจมาก	0.43
1. เว็บไซต์มีสินค้าหลากหลายรองรับผลิตภัณฑ์ทั้ง ของชาวบ้าน เกษตรกร ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่	4.05	มีความพึงพอใจมาก	0.49
2. เว็บไซต์มีประสิทธิภาพสมกับคำว่า “ขายได้ ซื้อดี และยั่งยืน”	4.45	มีความพึงพอใจมาก	0.51
3. เว็บไซต์สามารถสร้างการเรียนรู้ให้เข้าใจการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้	4.25	มีความพึงพอใจมาก	0.41
4. สินค้าและบริการมีเรื่องราวและการนำเสนอที่ น่าสนใจ	4.50	มีความพึงพอใจมาก	0.37
5. ข่าวสาร และบทความต่าง ๆ ในเว็บไซต์มีเนื้อหา ที่ถูกต้องแม่นยำ	4.45	มีความพึงพอใจมาก	0.52
ด้านการใช้งาน	4.27	มีความพึงพอใจมาก	0.33
1. การบริหารจัดการร้านค้ามีความง่ายและสะดวก ในการใช้งาน	4.32	มีความพึงพอใจมาก	0.56
2. เว็บไซต์มีการจัดการการแจ้งเตือนและการจัดส่ง สินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	4.48	มีความพึงพอใจมาก	0.45
3. ระบบหลังบ้านใช้งานง่ายและมีความปลอดภัยสูง	4.00	มีความพึงพอใจมาก	0.52
ด้านการออกแบบ	4.43	มีความพึงพอใจมาก	0.51
1. รูปแบบเว็บไซต์มีความทันสมัยและน่าสนใจ	4.55	มีความพึงพอใจมากที่สุด	0.48
2. การนำเสนอสินค้าและบริการ สวยงามและ เหมาะสม	4.40	มีความพึงพอใจมาก	0.55
3. การออกแบบเมนูหลัก เมนูย่อย หมวดย่อยสินค้า และแท็กต่าง ๆ เหมาะสม	4.35	มีความพึงพอใจมาก	0.51

ข้อเสนอแนะ

1. อยากให้มีแอปพลิเคชันบ้านดุงแบรนด์
2. อยากให้มีเว็บไซต์ภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ด้วย
3. อยากให้เปิดช่องทาง YouTube เผยแพร่สินค้าและบริการด้วย

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับความพึงพอใจ	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ด้านเนื้อหา	4.19	มีความพึงพอใจมาก	0.53
1. บ้านดุงแบรนด์มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย น่าสนใจ	3.60	มีความพึงพอใจมาก	0.54
2. สินค้าและบริการมีเรื่องราวและการนำเสนอที่ น่าสนใจ	4.55	มีความพึงพอใจมากที่สุด	0.67
3. รายละเอียดสินค้าและบริการครบถ้วน ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริง	4.50	มีความพึงพอใจมาก	0.51
4. ข่าวสาร และบทความต่าง ๆ ในเว็บไซต์มีเนื้อหา ที่เป็นประโยชน์	4.10	มีความพึงพอใจมาก	0.48
ด้านการใช้งาน	4.19	มีความพึงพอใจมาก	0.64
1. ขั้นตอนการสั่งซื้อง่ายและสะดวกในการใช้งาน	4.25	มีความพึงพอใจมาก	0.42
2. การจัดส่งสินค้าและบริการหลังการขายมี ประสิทธิภาพ	4.05	มีความพึงพอใจมาก	0.85
3. วิธีการชำระเงินเลือกได้หลากหลายและไม่ ซับซ้อน	4.00	มีความพึงพอใจมาก	0.51
4. เมนูหลัก เมนูย่อย หมวดหมู่สินค้า และแท็ก ต่าง ๆ เหมาะสม ใช้งานง่าย	4.45	มีความพึงพอใจมาก	0.69
ด้านการออกแบบ	4.51	มีความพึงพอใจมากที่สุด	0.42
1. รูปแบบเว็บไซต์เหมาะสมและน่าสนใจ	4.85	มีความพึงพอใจมากที่สุด	0.74
2. การวางตำแหน่งของส่วนประกอบต่าง ๆ ใน เว็บไซต์เหมาะสมและสวยงาม	4.55	มีความพึงพอใจมากที่สุด	0.60
3. การนำเสนอตัวสินค้าและบริการ สวยงามและ ดึงดูดใจให้สั่งซื้อ	4.40	มีความพึงพอใจมาก	0.58
4. ภาพถ่ายสินค้าและบริการดึงดูดใจในการสั่งซื้อ	4.24	มีความพึงพอใจมาก	0.45

ข้อเสนอแนะ

1. อยากให้มีแอปพลิเคชันบ้านดุงแบรนด์
2. อยากให้เว็บไซต์มีสินค้ามากกว่านี้

สรุปผลการวิจัย

เว็บไซต์ตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” ที่โครงการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นโดยใช้ชื่อว่า “Bandungbrand.com” โดยมี 2 ส่วนประกอบ ได้แก่ ระบบจัดการเว็บไซต์ และส่วนติดต่อผู้ใช้ ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจได้ข้อสรุปว่า

1. ระบบจัดการเว็บไซต์ สำนวความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ขาย ชาวบ้าน ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง ที่ร่วมโครงการวิจัย จำนวน 30 คน พบว่า (1) การบริหารจัดการร้านค้ามีความง่ายและสะดวกในการใช้งาน (4.32) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (2) เว็บไซต์มีการจัดการการแจ้งเตือนและการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (4.48) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ (3) ระบบหลังบ้านใช้งานง่ายและมีความปลอดภัยสูง (4.00) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จึงสรุปว่าความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของระบบจัดการเว็บไซต์ 4.27 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก หากดูจากคะแนนประเมินจะเห็นว่าความยากง่ายและความปลอดภัยของระบบจัดการเว็บไซต์ยังต้องพัฒนาต่อไป เพื่อให้ผู้ขายสินค้าและบริการใช้งานได้ง่ายมากขึ้น

2. ส่วนติดต่อผู้ใช้ สำนวความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ขาย ชาวบ้าน ชุมชน และ SMEs ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง ที่ร่วมโครงการวิจัย จำนวน 30 คน พบว่า ด้านเนื้อหา มีคะแนนเฉลี่ย 4.34 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านการออกแบบ มีคะแนนเฉลี่ย 4.43 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสำวความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” ในกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” จำนวน 50 คน พบว่า ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และในด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

โดยรวมแล้วเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ สามารถรองรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของเกษตรกรนาเกลือและนาข้าว อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี อย่างมีประสิทธิภาพ “ขายได้ ซื้อดี และยั่งยืน” และสามารถวางรากฐานสำหรับการขยายผลไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

โครงการได้ผลลัพธ์การวิจัยออกมาประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เหตุผลสำคัญก็คือ การคัดเลือกผู้ขายสินค้าและบริการต้นแบบบนเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” โดยใช้การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม ทำให้ทราบว่าผู้ขายสินค้าและบริการคนใดที่ได้รับความไว้วางใจและการแนะนำบอกต่อมากที่สุด ด้วยเหตุนี้ทำให้เมื่อผู้ขายคนนั้นมีสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ “บ้านดุงแบรนด์” จะส่งผลทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อว่าตลาดออนไลน์ “บ้านดุงแบรนด์” มีความน่าเชื่อถือและขายได้ ขายดี และยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการขายสินค้าและบริการบนตลาดออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับตลาดออนไลน์ นักวิจัยควรเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่สร้างด้วยโปรแกรมที่ง่าย สะดวก ในการใช้งานสำหรับกลุ่มเป้าหมาย หรือแอปพลิเคชันที่สามารถสร้างได้เอง หรือใช้งานผ่านแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายคุ้นเคย ตัวอย่างเช่น สร้างตลาดออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) โดยการสร้างกลุ่มเกษตรตามฤดูกาล ให้ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ในกลุ่มเดียวกัน สั่งซื้อผักตามฤดูกาลเพื่อไม่ต้องพึ่งพาสารเคมีในการเร่งการเติบโต นักวิจัยและผู้ขายยังสามารถสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารจากผักตามฤดูกาล เพื่อให้ตลาดน่าสนใจและคึกคักมากขึ้น เป็นต้น

การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม เมื่อนำมาใช้ในกระบวนการวิจัย สิ่งที่สำคัญที่สุด ก็คือการกำหนดโหนดและเส้น เพื่อหาโหนดที่มีอิทธิพลมากที่สุดในเครือข่ายต่อไป หากกำหนดโหนดและเส้นไม่เหมาะสมจะส่งผลทำให้การวิเคราะห์ค่าความเป็นศูนย์กลางไม่ได้

เอกสารอ้างอิง

- ธีรินทร์ เกตุวิชิต, บุญทวรรณ วิงวอน และ จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ. (2561). ปัจจัยของผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบ และการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**, 13(1), 151-159.
- รัฐสุดา สกลกิจดินภากุล และ พิรภาว์ ทวีสุข. (2560). การวิเคราะห์ปัจจัยของการตลาดด้วยเนื้อหาที่มีผลต่อความไว้วางใจของกลุ่มผู้ซื้อเสื้อผ้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 9(1), 1-12.

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). **อำเภอบ้านดุง**. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/อำเภอบ้านดุง>
- สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น. (2559). **ชาวนาเกลือ อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี เตรียมเปลี่ยนอาชีพพลิกผืนนาเลี้ยงปลากระพงขาย หลังมีผู้เลี้ยงปลาในพื้นที่น้ำกร่อยจนประสบผลสำเร็จ**. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2559, จาก https://ewt.prd.go.th/ewt/region1/ewt_news.php?nid=46133&filename=index_kk
- Lin, X., Shang, T., & Liu, J. (2014). An Estimation Method for Relationship Strength in Weighted Social Network Graphs. **Journal of Computer and Communications**, 2(4), 82-89.
- Mospichit. (2016). **What Is The Difference Between Front-End And Back-End Development?**. Retrieved March 24, 2021, from <https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/54053>

ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพร
ในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการ
ในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี

HEALTH LITERACY FACTORS AFFECTING HERBAL USE BEHAVIOR TOWARDS
SELF - CARE AMONG PATIENTS WITH CHRONIC DISEASES WHO COME
TO THE SERVICES AT HUAI KOENG HOSPITAL, UDONTHANI PROVINCE

ศักดิ์ชาย ขัตติยา¹, สุริยา ฟองเกิด^{2,*} และ พัชรินทร์ สันตยากร²

Sakchai Khattiya¹, Suriya Fongkerd^{2,*} and Pattanin Santayakorn²

¹กลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

²วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี ชลบุรี คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันพระบรมราชชนก

¹ Pharmacy Department, Huai Koeng Hospital, Kumphawapi District, Udonthani Province

² Boromarajonani College of Nursing Chon Buri, Faculty of Nursing, Praboromarajchanok Institute

Received: 25 February 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง กลุ่มตัวอย่างคือผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จำนวน 132 คน ทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากรายชื่อผู้ป่วยเรื้อรัง เครื่องมือวิจัยได้แก่ 1) แบบสอบถามความฉลาดทางสุขภาพ และ 2) แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง ซึ่งมีความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.98 และ 0.96 ตามลำดับ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร ($\beta_3=0.600$) การเข้าถึงสมุนไพร ($\beta_1=0.225$) และทักษะการ

* ผู้ประสาน: สุริยา ฟองเกิด

อีเมล: suvittawat_55@hotmail.com

ตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร ($\beta_5=0.154$) ร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังได้ร้อยละ 89.50 ($R^2=0.895$, Adjusted $R^2=0.893$, $p=0.009$)

คำสำคัญ: ความฉลาดทางสุขภาพ, พฤติกรรมการใช้สมุนไพร, ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง

Abstract

This research aimed to study health literacy factors affecting herbal use behavior towards self - care among patients with chronic diseases. Samples were 132 patients who have a chronic disease receiving services in Huai Koeng hospital, selected by the simple random sampling technique from a chronic disease patients list. The research instruments were 1) a questionnaire on health literacy, and 2) a questionnaire on behavior of using herbs in self-care. The reliability of the research instruments, considering the Cronbach's alpha was 0.98 and 0.96, respectively. The researcher collected the information himself. And data were analyzed using multiple regression. The result found that, knowledge and understanding about herbs ($\beta_3=0.600$), access to herbs ($\beta_1=0.225$) and decision making skills in herb selection ($\beta_5=0.154$) were able to predict the herbal use behavior towards self - care among patients with chronic diseases at 89.50 percentage ($R^2 = 0.895$, Adjusted $R^2=0.893$, $p=0.009$).

Keywords: health literacy, herbal use behavior, patients with chronic diseases

บทนำ

โรคไม่ติดต่อเป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของโลก และอันดับหนึ่งในประเทศไทย ทั้งในมิติของจำนวนการเสียชีวิตและภาระโรคโดยรวม โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มโรคไม่ติดต่อได้คร่าชีวิตประชากรไทยถึงร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตทั้งหมด หรือราว 320,000 คนต่อปี ในจำนวนนี้พบว่ามีผู้ป่วยร้อยละ 55 เสียชีวิตที่อายุต่ำกว่า 70 ปี (กรมควบคุมโรค สำนักโรคไม่ติดต่อ กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2560) การเจ็บป่วยด้วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ทำให้คนไข้หรือประชาชนบางกลุ่มพยายามแสวงหาการรักษาด้วยวิธีการต่างๆ โดยเฉพาะการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ และปัจจุบันกระแสดิ้นตัวเรื่องการใช้สมุนไพรกับการดูแลสุขภาพมากขึ้นเนื่องจากยาแผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาโรคเรื้อรังที่ไม่เป็นโรคติดต่อให้หายขาดได้ ความหวังประชาชนกลุ่มดังกล่าวจึงหันมาพึ่งพาสมุนไพร โดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค โดยเลือกรับประทานอาหารจำพวกพืชผัก และสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเชื่อว่าสมุนไพรจะเป็นประโยชน์ทางยาและยังปลอดภัยจากสารเคมีด้วย ปัจจุบันมีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทยยังไม่ครอบคลุมเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความปลอดภัยของสมุนไพรทุกชนิด รัฐบาลไทยได้เห็นถึงความสำคัญ จึงจัดทำแผนแม่บทสุขภาพว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 (2560-2564) โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสมุนไพรไทยให้เป็นที่ยอมรับได้มาตรฐานสร้างมูลค่าเพิ่ม และ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทย เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการใช้สมุนไพรไทยในประเทศ (กระทรวงสาธารณสุข กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2559)

โรงพยาบาลห้วยเกิ้งเป็นโรงพยาบาลขนาด 10 เตียงตั้งอยู่ในเขตอำเภอ กุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ถูกยกระดับเป็นโรงพยาบาลการแพทย์แผนไทยฯ แห่งใหม่ประจำปี 2558 เป็น รพ.การแพทย์แผนไทยฯ ที่มีการรักษาแบบแพทย์แผนไทยผสมผสานกับการแพทย์แผนปัจจุบันอย่างครบวงจร เปิดคลินิกกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเฉพาะโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวาน ให้บริการทุกวันพุธและ พฤหัสบดี เวลา 8.30-16.00 น. (โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง, 2563) จากสถิติผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงและเบาหวาน ที่มารับบริการที่คลินิกโรคความดันโลหิตสูงและเบาหวานของโรงพยาบาลห้วยเกิ้งในปีงบประมาณ 2562 มีจำนวน 302 คน และใช้สมุนไพรในการดูแลตนเอง 200 คน (โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง กลุ่มงานเวชระเบียน, 2563) จากผลงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรเพื่อลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยเบาหวานชนิดที่ 2 โรงพยาบาลห้วยเกิ้งและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลห้วยเกิ้ง ปี 2560 พบว่า มีผู้ป่วยโรคเบาหวานจำนวน 57 คนจากผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งหมด 172 คน ใช้สมุนไพรร่วมด้วยกับแผนปัจจุบันในการลดระดับน้ำตาลในเลือด พบว่าผู้ป่วยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรอยู่ในเกณฑ์ระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพของ ศักดิ์ชาย ชติยา (2560) พบว่าผู้ป่วยส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้สมุนไพรได้แก่ การใช้สมุนไพรผิดชนิด ผิดส่วนที่ใช้ ผิดขนาด และผิดกรรมวิธีการใช้ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและผลข้างเคียงจากสมุนไพรได้ แต่อย่างไรก็ตาม

ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านความรู้สู่การปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรในกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง และโรคเบาหวาน นำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม และอาจเป็นตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรที่ถูกต้องเหมาะสมของกลุ่มผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวาน คือ ความฉลาดทางสุขภาพ (Health literacy) ซึ่ง ดอน นัทบีม (Nutbeam, 2000) อธิบายไว้ว่า ความฉลาดทางสุขภาพ เป็นความรู้ ความเข้าใจและทักษะทางสังคมที่กำหนดแรงจูงใจและความสามารถเฉพาะบุคคลในการเข้าถึง ทำความเข้าใจ และใช้ข้อมูลเพื่อให้เกิดสุขภาพที่ดี รวมทั้งการพัฒนาความรู้และทำความเข้าใจบริบทด้านสุขภาพการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแรงจูงใจเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมด้วยตนเอง เน้นสมรรถนะและทักษะของบุคคล ตามคุณลักษณะพื้นฐาน 6 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพร การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร และ การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร

ความสำคัญของความฉลาดทางสุขภาพทั้ง 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ทางสุขภาพ การส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมโดยเริ่มจากการพัฒนาทักษะความฉลาดทางสุขภาพ (Health literacy) ด้านที่สัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรที่ถูกต้องและเหมาะสม ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ เช่น ผู้ป่วยเบาหวานสามารถควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดได้ ผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงสามารถควบคุมระดับความดันโลหิตได้ (วรรณรัตน์ รัตนวราจ และ วิทยา จันทร์ทา, 2559) เป็นผลมาจากผู้ป่วยใช้สมุนไพรได้อย่างถูกต้องเหมาะสมมีประสิทธิภาพและความปลอดภัย คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความฉลาดทางสุขภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในโรงพยาบาล ห้วยเกิ้ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการให้ความรู้ ความเข้าใจ การให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพโดยใช้สมุนไพรของผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานบริบทและวิถีชีวิตของผู้ป่วย และเพื่อให้ผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรดูแลสุขภาพที่ดีอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน อีกทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

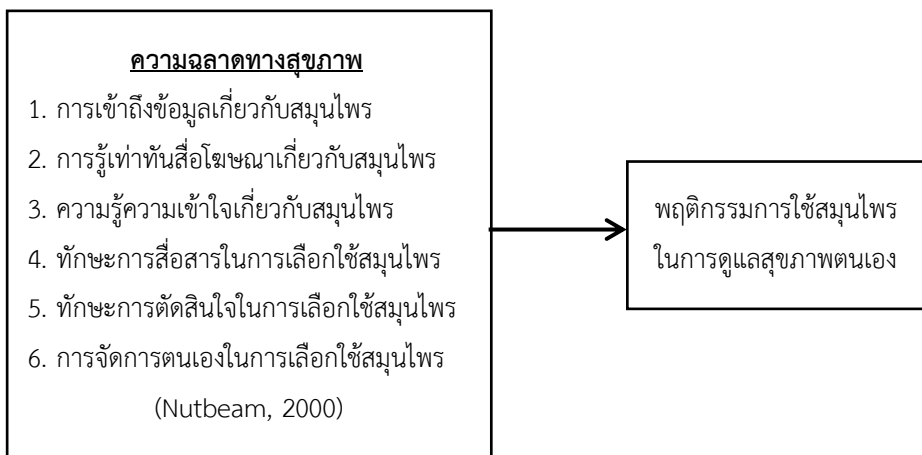
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพสามารถร่วมกันพยากรณ์ พฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี ได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบการสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey research) หาความสัมพันธ์เชิงทำนาย (Correlational predictive research) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรของผู้ป่วยโรค

เรื้อรัง โดยใช้แนวคิดของ ดอน นัทบีม (Nutbeam, 2000) เป็นกรอบการศึกษาในโรงพยาบาล ห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี ระหว่าง วันที่ 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ทั้งชายและหญิง ที่ได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์และเข้ารับการรักษาต่อเนื่องในคลินิกโรคเรื้อรังของโรงพยาบาล ห้วยเกิ้ง โดยใช้สมุนไพรมานวดตนเอง จำนวน 200 คน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ทั้งชายและหญิง ที่ได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์และเข้ารับการรักษาต่อเนื่องในคลินิกโรคเรื้อรังของโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง ไม่น้อยกว่า 6 เดือน และมีการใช้สมุนไพรมานวดตนเอง จำนวน 132 คน โดยใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรของเครื่องซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจเท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ตารางเลขสุ่ม (Table of Random Numbers) โดยนำรายชื่อของผู้ป่วยโรคเรื้อรังมาจากข้อมูลในเวชระเบียนของโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง

เกณฑ์การคัดผู้ป่วยเข้า (Inclusion criteria)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์คัดเข้าคือ ประชากรต้องมีอายุ 30 ปีขึ้นไป และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ป่วยที่สามารถสื่อสารภาษาไทยหรือภาษาท้องถิ่นได้
- 2) ผู้ป่วยได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวานชนิดที่ 2 จากแพทย์อย่างน้อย 6 เดือน และได้รับการรักษาด้วยยาแผนปัจจุบันจากโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง

3) ผู้ป่วยที่ใช้สมุนไพรเพื่อดูแลสุขภาพตนเอง หรือ เคยใช้สมุนไพรอย่างน้อยไม่เกิน 6 เดือน ควบคู่กับการรับประทานยาแผนปัจจุบัน

- 4) ผู้ป่วยให้ความยินยอมและสมัครใจในการตอบแบบสอบถามการวิจัย

เกณฑ์การคัดผู้ป่วยออก (Exclusion criteria)

1) ผู้ป่วยประสบกับเหตุการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถตอบแบบสอบถามต่อไปได้ และมีความประสงค์จะออกการศึกษาเนื่องจากเหตุผลวิสัย

- 2) ผู้ป่วยมีอาการสับสนตอบแบบสอบถามต่อไปไม่ได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ศาสนา และภาวะสุขภาพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความฉลาดทางสุขภาพของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี โดยใช้แนวคิดการสร้างแบบสอบถามจากแนวคิดของดอน นัทบีม (Nutbeam, 2000) ลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวน 30 ข้อ แบ่งเป็น 6 องค์ประกอบ ๆ 5 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพร มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวก จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 2, 3, 4 และข้อ 5 และมีข้อคำถามเชิงลบ 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1

องค์ประกอบที่ 2 การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกทั้ง 5 ข้อ

องค์ประกอบที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงลบจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1, 2, 3 และข้อ 4 และมีคำถามเชิงบวก 1 ข้อ ได้แก่ข้อ 5

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกทั้ง 5 ข้อ

องค์ประกอบที่ 5 ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกทั้ง 5 ข้อ

องค์ประกอบที่ 6 การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเชิงบวกทั้ง 5 ข้อ

เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนการตอบข้อคำถามเกี่ยวกับความฉลาดทางสุขภาพของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง แบ่งเกณฑ์เป็น 3 ระดับ (Daniel, 1995) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.01 – 4.00 หมายถึง มีความฉลาดทางสุขภาพในระดับดี

ค่าเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึง มีความฉลาดทางสุขภาพในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.00 หมายถึง มีความฉลาดทางสุขภาพในระดับต่ำ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง จังหวัดอุดรธานี โดยปรับปรุงข้อคำถามการวิจัยมาจากเครื่องมือวิจัยของ ภิษณี วิจันทิก (2562) โดยลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ ไม่เคย บางครั้ง บ่อยครั้ง และสม่ำเสมอ

เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนการตอบข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง แบ่งเกณฑ์เป็น 3 ระดับ (Daniel, 1995) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.01 – 4.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในระดับดี

ค่าเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในระดับไม่ดี

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานวิจัยและงานที่เกี่ยวข้องเพื่อ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความถูกต้องในการใช้ภาษา และความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสมของแบบสอบถาม และ ผู้วิจัยได้ประเมินหาค่า (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ได้ค่าความตรงของเนื้อหา (IOC) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.98 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมและมีความตรงเชิงเนื้อหาดี

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกันและมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลห้วยเกิ้ง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี โดยใช้สูตรการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชขันธ์, 2549) พบว่า แบบสอบถามความฉลาดทางสุขภาพของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (α) เท่ากับ 0.98 และแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (α) เท่ากับ 0.96 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยทั้ง 2 ชุดมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน จากวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชลบุรี เลขจริยธรรมวิจัย BNC REC 06/2563 วันที่รับรอง 27 เมษายน 2563 ได้รับอนุญาตเก็บข้อมูลจากโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง ทั้งในคลินิกโรคความดันโลหิตสูงและคลินิกโรคเบาหวาน และพื้นที่ในชุมชน

2) ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการใช้เครื่องมือ การบันทึกคำตอบในแต่ละข้อ และขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากรายชื่อผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยแนะนำตัวอธิบายวัตถุประสงค์ในการวิจัยและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ชี้แจงสิทธิประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ โดยใช้เอกสารแนะนำข้อมูล (information sheet) เปิดโอกาสให้ซักถาม และให้เวลาในการตัดสินใจในการเข้าร่วมการวิจัยและความสมัครใจกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาประมาณ 15-30 นาที โดยวิธีการสัมภาษณ์ ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ความฉลาดทางสุขภาพ และพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ด้วยสถิติพรรณนา จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการในโรงพยาบาลห้วยเกิ้ง โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 100 มีอายุเฉลี่ย 62.78 ปี ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 60 ปี มากที่สุด ร้อยละ 64.40 รองลงมาคือ อายุ 50-59 ปี ร้อยละ 23.50 และน้อยที่สุดคือ อายุต่ำกว่า 40 มีร้อยละ 2.30 มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 100 มีสถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 99.20 และนับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 100

2. ความฉลาดทางสุขภาพ และพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง

จากการศึกษา พบว่า ความฉลาดทางสุขภาพในการใช้สมุนไพรเพื่อดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.57$, $SD=1.05$) เมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของความฉลาดทางสุขภาพ พบว่า องค์ประกอบด้านการเข้าถึงสมุนไพร และทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.61$, $SD=1.02$) รองลงมาคือ การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร ($\bar{X}=2.58$, $SD=1.15$) และน้อยที่สุดคือ ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร ($\bar{X}=2.51$, $SD=1.16$) และพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.54$, $SD=0.91$) ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความฉลาดทางสุขภาพและพฤติกรรมการใช้สมุนไพรเพื่อดูแลสุขภาพตนเองของผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มารับบริการที่โรงพยาบาลห้วยแก้ว จ.อุดรธานี จำแนกตามภาพรวม และรายด้าน (n=132)

ข้อความ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ความฉลาดทางสุขภาพ	2.57	1.05	ปานกลาง
การเข้าถึงสมุนไพร	2.61	1.02	ปานกลาง
การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร	2.58	1.15	ปานกลาง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร	2.57	1.24	ปานกลาง
ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร	2.51	1.16	ปานกลาง
ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร	2.61	1.02	ปานกลาง
การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร	2.57	1.07	ปานกลาง
พฤติกรรมการใช้สมุนไพร	2.54	0.91	ปานกลาง

3. ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ได้แก่ 1) การเข้าถึงสมุนไพร 2) การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร 3) ความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับสมุนไพร 4) ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร 5) ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร และ 6) การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง โดยการวิเคราะห์เมตริกซ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบความฉลาดทางสุขภาพกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัว ได้แก่ 1) การเข้าถึงสมุนไพร 2) การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร 3) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร 4) ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร 5) ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร และ 6) การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร มีความสัมพันธ์กันและมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังอยู่ในระดับสูง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (($r=0.898$, $p<0.001$), ($r=0.878$, $p<0.001$), ($r=0.936$, $p<0.001$), ($r=0.866$, $p<0.001$), ($r=0.857$, $p<0.001$), และ ($r=0.862$, $p<0.001$)) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางสุขภาพกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง (n=132)

ตัวแปรพยากรณ์	พฤติกรรมการใช้สมุนไพร	
	r	P-Value
การเข้าถึงสมุนไพร	0.898 ^{**}	<0.001
การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร	0.878 ^{**}	<0.001
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร	0.936 ^{**}	<0.001
ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร	0.866 ^{**}	<0.001
ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร	0.857 ^{**}	<0.001
การจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร	0.862 ^{**}	<0.001

^{**} $p<0.01$

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความฉลาดทางสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง โดยคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) จากขั้นที่ 1 เพื่อสร้างสมการพยากรณ์

คัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) จากขั้นที่ 1 โดยการใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Stepwise พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ ($p < 0.01$) ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร การเข้าถึงสมุนไพร และทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร ($\beta_3 = 0.600$, $p < 0.001$), ($\beta_1 = 0.225$, $p = 0.002$), ($\beta_5 = 0.154$, $p = 0.009$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปร การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมุนไพร ทักษะการสื่อสารในการเลือกใช้สมุนไพร และการจัดการตนเองในการเลือกใช้สมุนไพร ไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง โดยการใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปรทำนาย	b	SEb	Beta	t	p
constant	0.518	0.079	-	6.568	<0.001
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร	0.443	0.056	0.600	7.916	<0.001
การเข้าถึงสมุนไพร	0.200	0.063	0.225	3.200	0.002
ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร	0.138	0.052	0.154	2.658	0.009
$R^2 = 0.895$, Adjusted $R^2 = 0.893$, $F = 7.067$, $p = 0.009$					

ขั้นที่ 3 การสร้างสมการพยากรณ์ โดยเลือกตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังได้จากการวิเคราะห์ด้วย สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ จากขั้นตอนที่ 2 มาพัฒนาสมการพยากรณ์ โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ซึ่งจากตารางที่ 3 การพัฒนาสมการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังพบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร การเข้าถึงสมุนไพร และทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพรมีขนาดอิทธิพลหรือความสามารถในการร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังได้ถูกต้อง ร้อยละ 89.50 ($R^2 = 0.895$) โดยมีสมการพยากรณ์ทั้งสมการในรูปคะแนนมาตรฐานดังนี้

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{y} \text{ (พฤติกรรมการใช้สมุนไพร)} = 0.600Z_3 \text{ (ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร)} \\ + 0.225Z_1 \text{ (การเข้าถึงสมุนไพร)} \\ + 0.154Z_5 \text{ (ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร)}$$

อภิปรายผล

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร เป็นองค์ประกอบของความฉลาดทางสุขภาพข้อแรกที่มีความสัมพันธ์เชิงทำนายกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังได้สูงที่สุดเป็นเพราะว่า ความรู้เรื่องยาสมุนไพรถือเป็นองค์ความรู้ที่เก่าแก่สำหรับมนุษย์ในวงการวิทยาศาสตร์เชื่อว่าการที่มนุษย์รู้จักนำสมุนไพรชนิดต่างๆมาใช้ในการรักษาโรคได้นั้น น่าจะเกิดจากการเรียนรู้จากพฤติกรรมของสัตว์ การบอกเล่าต่อๆ กันมาหรือเกิดจากการทดลองและสังสมประสบการณ์มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่สมัยโบราณ เนื่องจากสมุนไพรมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยที่มนุษย์ยังดำรงชีวิตด้วยการหาของป่าล่าสัตว์ มนุษย์มีวิวัฒนาการในการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ จึงรู้จักนำสมุนไพรมาใช้เป็นอาหาร และยารักษาโรค ดังนั้นการนำยาสมุนไพรมาใช้ก็ต้องคำนึงถึงหลักการใช้ให้ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้สมุนไพร ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นและมีการอบรมให้ความรู้กับประชาชนอย่างแพร่หลายและต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้รับบริการมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ยาสมุนไพรเพื่อดูแลดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนิตา มัททวงกูร และคณะ (2562) พบว่า ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์การใช้สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง เช่นเดียวกับการศึกษาของ ปุณณพัฒน์ ไชยมะลิ ตัม บุนยรอด และวิษาดา สิมลา (2555) รายงานว่าผู้ที่ได้รับการเรียนรู้ถึงประโยชน์ของสมุนไพรจากประสบการณ์ในการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษารักษาสุขภาพเบื้องต้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองตามประสบการณ์ที่เคยเรียนรู้หรือได้พบมา

2. การเข้าถึงสมุนไพร เป็นองค์ประกอบของความฉลาดทางสุขภาพข้อที่สองที่มีความสัมพันธ์เชิงทำนายกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรัง สามารถอธิบายได้ว่าการเข้าถึงบริการสมุนไพรของผู้ป่วย อาจเป็นเพราะว่าผู้ป่วยมีความพึงพอใจและให้การ

ยอมรับการรักษาโดยใช้ยาสมุนไพรที่ดีมาก ประกอบกับในปัจจุบันมีนโยบายการส่งเสริมของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีผลต่อการดำเนินการของผู้ให้บริการทั้งในส่วนของการจัดซื้อจัดหายาและการบริการแก่ผู้ป่วย จึงทำให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงสมุนไพรได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุรศักดิ์ เส่าแก้ว ภาณุพงศ์ พุทธรักษ์ และ ศศิพงศ์ ทิพย์รัชดาพร (2563) รายงานว่า การเข้าถึงบริการและความพึงพอใจด้านยาสมุนไพรของผู้ป่วยมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยมีความพึงพอใจและการยอมรับการรักษาโดยใช้ยาสมุนไพร และการส่งเสริมของกระทรวงสาธารณสุขมีผลต่อการจัดระบบการบริหารยา ทั้งในเรื่องการจัดซื้อจัดหายาสมุนไพรและการบริการแก่ผู้ป่วยทางคลินิกของโรงพยาบาลแพทย์แผนไทย เช่นเดียวกับการศึกษาของ ภัทรพล จึงสมเจตไพศาล (2562) พบว่า นโยบายของประเทศที่ต้องการให้ประเทศไทย สามารถมีความมั่นคงทางด้านยา โดยลดการพึ่งพิงการนำเข้าวัตถุดิบ และยาสำเร็จรูปจากต่างประเทศ มีความเป็นไปได้ถ้าการดำเนินการสนับสนุนประชาชนให้มีการใช้ยาสมุนไพรประจำครัวเรือนครอบคลุมทุกจังหวัด โดยให้โรงพยาบาลของกระทรวงสาธารณสุขในแต่ละจังหวัดเป็นแหล่งผลิต ทำให้เกิดกระแสการใช้ยาสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับของสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบสุขภาพของประเทศไทย ส่งผลดีต่อสุขภาพของคนไทยและเศรษฐกิจของประเทศ

3. ทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร เป็นองค์ประกอบของความฉลาดทางสุขภาพข้อที่สามที่มีความสัมพันธ์เชิงทำนายกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเรื้อรังสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ป่วยโรคเรื้อรังจะมีการประเมินผลทางเลือกที่จะช่วยให้ตนเองมีความปลอดภัยในการใช้สมุนไพรจากองค์ความรู้ต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และผู้ป่วยโรคเรื้อรังมีความพึงพอใจสมุนไพรที่ตนใช้ และพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เกี่ยวกับสมุนไพร มีความตั้งใจที่จะใช้สมุนไพร จึงมีการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพรที่พึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ มาลัย กมลสกุลชัย (2559) พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพรจะมีความเชื่อมั่นต่อสมุนไพร ให้ความเชื่อมั่นว่ารู้สึกรู้สีก่อนการใช้สมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคได้และสถานพยาบาลทั้งรัฐและเอกชนให้การสนับสนุนการรักษาด้วยสมุนไพรไทย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเสนอแนะว่า โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมหรือการอบรมเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรในประเด็นความรู้ความเข้าใจ การเข้าถึงสมุนไพร และทักษะการตัดสินใจในการเลือกใช้สมุนไพร ให้ผู้ป่วยโรคเรื้อรังมีความรอบรู้เกี่ยวกับสมุนไพรอย่างแตกฉาน ตลอดจนส่งเสริมพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้สมุนไพรรักษาโรค สนับสนุนให้มีการใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวัน การสร้างแหล่งสมุนไพรที่สามารถนำมาใช้ได้สะดวก และมีการสนับสนุนจากกระทรวงสาธารณสุขด้านการใช้สมุนไพรรักษาโรคเมื่อเจ็บป่วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2559). **แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564**. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

Ministry of Public Health, Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. (2016). **The 1st National Master Plan on Thai Herb Development 2017-2021**. Nonthaburi: Ministry of Public Health. (In Thai).

กรมควบคุมโรค, สำนักโรคไม่ติดต่อ, กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2560). **แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564)**. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

Department of Disease Control, Bureau of Non-communicable Diseases Office, Strategy and Planning Group. (2017). **5-year National NCDs Prevention and Control Strategic Plan (2017 - 2021)**. Nonthaburi: Ministry of Public Health. (In Thai).

กัลยา วาณิชยบัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Wanichbancha, K. (2006). **Statistics for research work**. 2nd edition. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai).

ชนิดา มัททวงกูร ขวัญเรือน กำวิตุ สุจิตา ดีหนู และ สิริณัฐ สีนวรรณกุล. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของประชาชนในเขตภาษีเจริญ. **วารสารพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม**, 20(39), 99-109.

Mattavangkul, C., Kawitu, K., Deenoo, S., & Sinwannakool, S. (2019). Factor Related to Herbal Use Behavior for Self-care among People in Phasi-Chareon District. **Journal of Nursing Siam University**, 20(39), 99-109. (In Thai).

บุญญพัฒน์ ไชยเมล์ ต้ม บุญรอด และ วิชาดา สิมลา. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น. **วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา**, 7(2), 25-37.

Chaimail, P., Boonrod, T., & Simla, W. (2012). Factors affecting the use of herbs in primary health care. **Journal of Public Health Burapha University**, 7(2), 25-37. (In Thai).

ภิชณี วิจันท์ก. (2562). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิชาการสาธารณสุข**, 28(2), 244-254.

Wichantuek, P. (2019). Knowledge, attitude and behavior of using herbal products of people at Ban Nong Bua Sala, Muang District, Nakhon Ratchasima Province. **Journal of Health Science**, 28(2), 244-254. (In Thai).

ภัทรพล จิงสมเจตไพศาล. (2562). การพัฒนาต้นแบบการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรในครัวเรือน (Med Kit) ในประเทศไทย. **วารสารวิชาการสาธารณสุข**, 28(6), 1092-1103.

Jungsomjatepaisal, P. (2019). Development of a Prototype for Promoting the Use of Herbal Medicine in Households in Thailand. **Journal of Health Science**, 28(6), 1092-1103. (In Thai).

มาลัย กมลสกุลชัย. (2559). **บทบาทและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสมุนไพรไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

- Kamolsakulchai, M. (2016). **Role and Confidence of Consumers towards Thai Herbs**. Bangkok: Rajamangala University of Technology Rattanakosin. (In Thai).
- โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง. (2563). **รายงานประจำปี 2562**. อุดรธานี: โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง.
- Huai Koeng Hospital. (2020). **Annual report 2019**. Udon Thani: Huai Koeng Hospital. (In Thai).
- โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง, กลุ่มงานเวชระเบียน. (2563). **สถิติผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง**. อุดรธานี: โรงพยาบาลห้วยเกิ้ง.
- Huai Koeng Hospital, Medical records department. (2020). **Statistics of chronic NCDs patients**. Udon Thani: Huai Koeng Hospital. (In Thai).
- วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ และ วิทยา จันทร์ทา. (2559). ความฉลาดทางสุขภาพด้านพฤติกรรม การดูแลตนเองกับการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 จังหวัดชัยนาท. **วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครราชสีมา**, 24(2), 36-40.
- Rattanavarang, W., & Chantha, W. (2016). Health Literacy on Self-Care Behavior and Blood Sugar Control of Patients with Type 2 Diabetes, Chainat Province. **Journal of Boromarajonani College of Nursing Nakhon Ratchasima**, 24(2), 36-40. (In Thai).
- ศักดิ์ชาย ขัติยา. (2560). พฤติกรรมการใช้ยาสมุนไพรเพื่อลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยเบาหวานชนิดที่ 2 โรงพยาบาลห้วยเกิ้งและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลห้วยเกิ้ง. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก.
- Khattiya, S. (2017). **Behavior of Herbal Medicine to Reducing Blood Sugar Level in Patients with Type 2 Diabetes**, Huai Koeng Hospital and Huai Koeng Subdistrict Health Promoting Hospital. Nonthaburi: Ministry of Public Health, Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. (In Thai).

สุรศักดิ์ เสาแก้ว ภาณุพงศ์ พุทธิรักษ์ และ ศศิพงศ์ ทิพย์รัชดาพร. (2563). **การสังเคราะห์ข้อเสนอในการกำหนดนโยบายการใช้ยาสมุนไพรในระบบบริการสุขภาพและระบบหลักประกัน**. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา, คณะเภสัชศาสตร์.

Saokaew, S., Buddharak, P., & Thipratchadaporn, S. (2020). **A synthesis of a proposal to formulate a policy on the use of herbal drugs in the health care system and the insurance system**. Phayao: Phayao University, Faculty of Pharmacy. (In Thai).

Daniel, W.W. (1995). **Biostatistic: A foundations for analysis in the health sciences**. New York: John Wiley.

Krejcie R.V., & Morgan D.W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and psychological measurement**, 30(3), 607-610.

Nutbeam, D. (2000). Health Literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into health 21st century. **Health Promotion International**, 15(3), 259-267.

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย LEGAL ISSUES INVOLVING SALE OF CARBON CREDIT IN THAILAND

เนติวรรณ ดวงศรี*, เกียรติศักดิ์ โชติจรุงเกียรติ, จีระศักดิ์ ดิษฐพลพันธ์,
ธิตี เตชะไพโรจน์ และ จุตามาศ นันทโพธิเดช
Netiwan Doungsri*, Kreangsak Chotijaroongkian, Jeerasak Dittaponkhan,
Thiti Techapairot and Jutamas Nantapotideat

คณะนิติศาสตร์ วิทยาลัยสันตพล
Faculty of Law, Santapol College

Received: 13 March 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงความเป็นมา แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิต 2) เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พิธีสารเกียวโต 3) เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ภายใต้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2550 และ 4) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบให้ทราบถึงปัญหาทางกฎหมายในการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย กับประเทศจีน ประเทศอินเดีย และประเทศเวียดนาม เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นต่อไป สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และสรุปผลการวิเคราะห์ เพื่อใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการสรุปเป็นข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันในสภาวะปัญหาโลกร้อน ส่วนหนึ่งเกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ ที่มีการสะสมของก๊าซเหล่านี้เป็นจำนวนมากจึงก่อให้เกิดสภาวะโลกร้อนและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกให้มีอุณหภูมิขยับตัว

* ผู้ประสานงาน: เนติวรรณ ดวงศรี

อีเมล: Netiwan.d@stu.ac.th

เพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการประกาศใช้ “อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” (United Nations Framework Convention on Climate Change เรียกว่า “อนุสัญญา UNFCCC”) ขึ้น และมีผลใช้บังคับเมื่อปี พ.ศ. 2537 โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงแก้ไขผลกระทบต่องlobal warming และปรากฏการณ์ธรรมชาติ ซึ่งทำให้เกิดกลไกของการขายกรรมสิทธิ์ในความเป็นเจ้าของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ขึ้น ซึ่งการซื้อขายนี้เรียกว่า “คาร์บอนเครดิต” (Carbon Credit) กล่าวคือ เป็นกลไกการซื้อขายคาร์บอนเครดิต ซึ่งจะดำเนินการในลักษณะที่ประเทศหรือผู้ผลิตรายใดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากหรือน้อยกว่าโควตาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิที่ได้รับ ประเทศหรือผู้ผลิตรายดังกล่าวก็จะสามารถทำการซื้อหรือขายคาร์บอนเครดิตกับประเทศหรือผู้ผลิตอื่น ๆ ได้

ประเทศไทยได้มีการให้สัตยาบันในอนุสัญญา UNFCCC โดยมีผลบังคับใช้ปี พ.ศ. 2538 โดยประเทศไทยไม่ได้อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ที่ถูกบังคับให้ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดจนแนวทางในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นเดียวกับประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ซึ่งประเทศไทยเองได้มีการดำเนินโครงการกลไกการพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้ได้มาซึ่งคาร์บอนเครดิตออกมาขายให้กับประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างรายได้ แต่ด้วยความเข้าใจ และระบบของการดำเนินในเรื่องระเบียบที่ล่าช้า จึงทำให้การเติบโตของตลาดคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยค่อนข้างล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในทวีปเอเชียด้วยกัน

คำสำคัญ: คาร์บอนเครดิต, องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the background, concepts, and theories about the carbon credit trading market, 2) to study the background, concepts, and theories of legal problems about carbon credit under the Kyoto Protocol that operationalizes the United Nations Framework Convention on Climate Change, 3) to study the background, concepts, and theories, legal problems related to carbon credit under the decree establishing

the Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization), and 4) to study and compare legal issues related to carbon credit trading at both domestic and international levels, including: China, India and Vietnam. Its purpose was to serve as a guideline for further amendments to the law for the local communities' economic development. This research was qualitative research based on documentary research and conclusions for the analysis, to guide useful recommendations in the future.

The study found that the “Global Climate Change” as a result of rising temperatures or the current “Global Warming” problems was partially due to the emission of large amounts of greenhouse gases into the atmosphere. To prevent such crises, many states had agreed to promulgated “The United Nations Framework Convention on Climate Change”, or referred to as the “UNFCCC Convention”, which was entered into force in 1994 and conducted to correct the impact of greenhouse gas emissions on both ecosystems and natural phenomena.

Nowadays, “Carbon Credit” was played a vital role between many countries as a major mechanism for trading ownership of greenhouse gases from any country or manufacturer that could reduce its emissions. In other words, each country or manufacturer was awarded credits that allowed them to continue polluting up to specific limits and could sell unnecessary credits to another country or manufacturer that needed them or vice versa.

Thailand has ratified the UNFCCC Convention, which came into force in 1995 but was not in the Annex 1 group that was forced to reduce greenhouse gas emissions. Nevertheless, Thailand must report the amount of greenhouse gas emissions and include the approaches to managing climate change as in the countries in Annex 1. Thailand also had implemented many projects and developed various mechanisms to earn more carbon credits over the past years, which were intended to be sold to countries in Annex 1 as another way of generating income. However, a scarcity of knowledge and a delayed action

related to any protocols caused the growth of the carbon credit market in Thailand to be relatively slow when compared to other countries in Asia.

Keywords: Carbon Credit, Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization: TGO), United Nations Framework Convention on Climate Change

บทนำ

ปัจจุบันประชากรโลกถือได้ว่าเป็นต้นเหตุหลักในการก่อให้เกิดปัญหาโลกร้อน ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมต่าง ๆ (วิกานดา วรรณวิเศษ, 2558) กล่าวคือ ในชั้นบรรยากาศเมื่อมีการสะสมของก๊าซเหล่านี้เป็นจำนวนมากจะก่อให้เกิดการกักเก็บความร้อนจากรังสีของดวงอาทิตย์และส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริเวณพื้นผิวและบรรยากาศโลกให้มีอุณหภูมิขยับตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยหากไม่มีการเร่งปรับปรุงแก้ไขการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิจากก๊าซเรือนกระจกอาจจะส่งผลกระทบรุนแรงต่อระบบนิเวศน์และปรากฏการณ์ธรรมชาติ

ด้วยเหตุนี้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change) ได้ทำการศึกษาข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ทั้งในด้านเทคนิค เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จนเมื่อปี พ.ศ. 2535 ได้มีการประกาศใช้ “อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” (United Nations Framework Convention on Climate Change ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า “อนุสัญญา UNFCCC”) ขึ้น และมีผลใช้บังคับเมื่อปี พ.ศ. 2537 เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ ให้ความร่วมมือในการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก และเป็นการป้องกันการคุกคามที่อันตรายของมนุษย์ต่อระบบภูมิอากาศ โดยมีมาตรการควบคุมการก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก ปัจจุบันมีจำนวนภาคีสมาชิกทั้งสิ้น 196 ประเทศทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีในอนุสัญญา UNFCCC ด้วย แต่อนุสัญญา UNFCCC ฉบับนี้ไม่มีผลบังคับในทางกฎหมายแต่อย่างใดทำให้การที่จะลดก๊าซเรือนกระจกจะขึ้นอยู่กับความสมัครใจของประเทศที่เป็นภาคีสมาชิก

อย่างไรก็ตาม ประเทศที่เป็นภาคีในอนุสัญญา UNFCCC กลับไม่ได้ให้ความร่วมมือเพื่อลดการก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจกเท่าที่ควร (กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติ, 2562) ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการประกาศใช้ “พิธีสารเกียวโต” (Kyoto Protocol) โดยพิธีสารนี้มีมติ

เห็นชอบเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ที่เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2554 และมีการต่ออายุระยะผูกมัดพิธีสารดังกล่าวในการประชุมว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เมืองโดฮาในปี พ.ศ. 2555 โดยภาคีพิธีสารโตเกียวตกลงระยะผูกมัดตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2556 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเกิดขึ้นในรูปแบบของการแก้ไขพิธีสาร ในการต่ออายุระยะผูกมัดมีผลใช้บังคับตามที่กำหนดไว้เท่านั้น ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีการประชุมเพื่อการต่ออายุระยะผูกมัดในการบังคับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแต่อย่างใด) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความร่วมมือในการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกมีผลบังคับใช้ทางกฎหมาย ปัจจุบันมีจำนวนภาคีสมาชิกทั้งสิ้น 192 ประเทศทั่วโลก โดยพิธีสารเกียวโตได้มีการกำหนดให้ประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งอยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 (Annex I) ภายใต้อนุสัญญา UNFCCC มีพันธกรณีต้องลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2533 (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2553) ภายในปี พ.ศ. 2551-2555 (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2553) และประเทศที่กำลังพัฒนาและด้อยพัฒนา ถูกจัดให้อยู่นอกกลุ่มภาคผนวก 1 (Non Annex I) ของอนุสัญญา UNFCCC ซึ่งไม่ถูกบังคับให้ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพียงแต่จะต้องสนับสนุนการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามอนุสัญญา UNFCCC เพื่อให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างจริงจังพิธีสารเกียวโตได้มีมาตรการอันเป็นกลไกที่สำคัญให้กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วเลือกใช้ ทั้งนี้ในบางกลไกยังถือได้ว่าเป็นการสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกในประเทศที่กำลังพัฒนาได้อีกช่องทางหนึ่ง ดังนี้ ไม่ว่าจะเป็นกลไกในการดำเนินการร่วมกัน (Joint Implementation) กล่าวคือ ประเทศที่พัฒนาแล้วที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 สามารถดำเนินโครงการร่วมกันเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร่วมกันได้ รวมถึงกลไกการซื้อขายสิทธิการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Trading) กล่าวคือ ประเทศที่พัฒนาแล้วที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 สามารถซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร่วมกันได้ และกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism) กล่าวคือ ประเทศที่พัฒนาแล้วที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 สามารถดำเนินโครงการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร่วมกับประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาซึ่งไม่ได้อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ ให้ประเทศที่พัฒนาแล้วส่งเสริมการพัฒนาด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนให้กับประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนา เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้จึงเกิดกลไกของการขายกรรมสิทธิ์ในความเป็นเจ้าของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ขึ้น ซึ่งการซื้อขายนี้เรียกว่า “คาร์บอนเครดิต” (Carbon Credit) กล่าวคือ

ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ภายใต้พิธีสารเกียวโต ทั้งที่เกิดจากกลไกการซื้อขายสิทธิการปล่อยก๊าซเรือนกระจก กลไกการดำเนินการร่วมกันเพื่อลดก๊าซเรือน และกลไกการพัฒนาที่สะอาด การซื้อขายคาร์บอนเครดิตจะทำในลักษณะที่ประเทศหรือผู้ผลิตรายใดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากหรือน้อยกว่าโควตาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิที่ได้รับ ประเทศหรือผู้ผลิตรายดังกล่าวก็จะสามารถทำการซื้อหรือขายคาร์บอนเครดิตกับประเทศหรือผู้ผลิตอื่น ๆ ได้ (วิกานดา วรรณวิเศษ, 2558)

ประเทศไทยนั้นได้มีการลงนามและให้สัตยาบันในอนุสัญญา UNFCCC โดยมีผลบังคับใช้กับประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2538 ซึ่งภายใต้อนุสัญญา UNFCCC ประเทศไทยไม่ได้อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ที่ถูกบังคับให้ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนแนวทางในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นเดียวกับประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 และประเทศไทยยังได้มีการลงนามและให้สัตยาบันในพิธีสารโตเกียว โดยมีผลใช้บังคับกับประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2538 (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2553) ภายใต้พิธีสารเกียวโตไม่มีการเพิ่มเติมพันธกรณีให้กับประเทศไทยซึ่งไม่ได้อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ทำให้ประเทศไทยมีการพันธกรณีที่จะต้องอนุวัติการกฎหมายภายในของประเทศไทยให้สอดคล้องกับอนุสัญญา UNFCCC และพิธีสารเกียวโตด้วย โดยประเทศไทยได้มีการประกาศใช้กฎหมายใหม่ทั้งสิ้น 2 ฉบับ และปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายอีก 1 ฉบับ รวมเป็น 3 ฉบับ ดังนี้ 1) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 (ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า “พ.ร.บ.สิ่งแวดล้อม”) 2) พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 3 พ.ศ. 2544) (ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า “พ.ร.บ.ส่งเสริมการลงทุน”) 3) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2550 (ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า “พ.ร.ฎ. ก๊าซเรือนกระจก”)

สำหรับการปล่อยปริมาณก๊าซเรือนกระจกทั่วโลกประมาณ 45,000 ล้านตันคาร์บอน และประเทศที่มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงสุด 2 อันดับแรก คือ ประเทศจีน ประมาณ 10,000 ล้านตันคาร์บอน คิดเป็นร้อยละ 22 และประเทศสหรัฐอเมริกา ประมาณ 6,000 ล้านตันคาร์บอน คิดเป็นร้อยละ 13 ส่วนประเทศไทยมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอยู่ที่ 350 ล้านตันคาร์บอน คิดเป็นร้อยละ 1 และหากประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ไม่สามารถลดก๊าซเรือนกระจกลงได้จะมีค่าปรับถึง 40 - 100 ยูโรต่อตันคาร์บอน (บัณฑิต

เศรษฐกิจโรตซ์ และคณะ, 2551) ดังนั้น การซื้อขายคาร์บอนเครดิตจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ยกมาเพื่อช่วยเหลือประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 ไม่ต้องถูกลงโทษ เนื่องจากคาร์บอนเครดิตเป็นสิ่งทดแทนการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ส่วนใหญ่เกิดจากการเผาผลาญน้ำมันดิบในโรงงานอุตสาหกรรมหรือยานยนต์ หากประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 แล้วไม่สามารถลดมลพิษของตนได้อีกต่อไป ก็ต้องใช้วิธีช่วยเหลือประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนาให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเมื่อลดได้จะกลายเป็นคาร์บอนเครดิตของตนเองทำให้ไม่ต้องจ่ายค่าปรับ

แต่ประเทศไทยได้มีการดำเนินโครงการกลไกการพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งคาร์บอนเครดิตออกมาขายให้กับประเทศที่อยู่ในกลุ่มภาคผนวก 1 โดยมีการประมาณการจากที่ได้ออกหนังสือรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้เพียง 3.5 ล้านตันคาร์บอน หากเปรียบเทียบกับโครงการกลไกการพัฒนาทั้งหมดทั่วโลก ซึ่งคิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ถึง 1,500 ล้านตันคาร์บอน เท่ากับว่าประเทศไทยมีปริมาณคาร์บอนเครดิตที่สามารถนำออกขายในตลาดคาร์บอนเครดิตเพียงร้อยละ 0.23 (วิกานดา วรรณวิเศษ, 2558) ถือว่าเป็นปริมาณที่น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามซึ่งอยู่ในกลุ่มอาเซียนด้วยกันกับประเทศไทย กลับพบว่าประเทศเวียดนามมีปริมาณคาร์บอนเครดิตที่สามารถนำออกขายในตลาดคาร์บอนเครดิตได้ถึงร้อยละ 1.5 (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) มากกว่าประเทศไทยถึง 6 เท่า

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงต้องการที่จะศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเติบโตของตลาดคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยว่าสาเหตุใดจึงมีการเติบโตที่ค่อนข้างล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในทวีปเอเชียด้วยกันไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน อินเดีย และเวียดนาม ที่ได้เข้าร่วมมาตรการอันเป็นกลไกที่กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วนำมาใช้ร่วมกับกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา (ซึ่งประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา) อีกทั้งหากทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงแล้ว จะสามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง อาทิเช่น โรงงานที่มีขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ทั่วไปประเทศไทย โดยส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานจากสิ่งที่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกได้น้อยลงและพัฒนาให้ใช้พลังงานสะอาดแทน เป็นต้น และพัฒนาให้เข้าสู่ตลาดคาร์บอนเครดิตเพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนต่อไป จะทำให้ประเทศไทยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อีกหนึ่งช่องทางและเป็นการสร้างรายได้ให้กับโรงงานได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิต
2. เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พิธีสารเกียวโต
3. เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ภายใต้พระราชบัญญัติการจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ.2550 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 และพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบให้ทราบถึงปัญหาทางกฎหมายในการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย กับประเทศจีน ประเทศอินเดีย และประเทศเวียดนาม เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษางานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาวิจัยในเนื้อหาสาระของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และพิธีสารเกียวโต เกี่ยวกับการซื้อขายกรรมสิทธิ์ในความเป็นเจ้าของปริมาณก๊าซเรือนกระจก (คาร์บอนเครดิต) โดยศึกษาเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 และพระราชบัญญัติก๊าซเรือนกระจก พ.ศ. 2550 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสมกับประเทศไทย

อภิปรายผล

ปัญหาโลกร้อนในปัจจุบัน (Global Warming) เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจาก การกระทำของมนุษย์ (วิกานดา วรณวิเศษ, 2558) ในชั้นบรรยากาศเมื่อมีการสะสมของก๊าซเหล่านี้เป็นจำนวนมากจะก่อให้เกิดการกักเก็บความร้อนจากรังสีของดวงอาทิตย์ที่เรียกว่า ภาวะเรือนกระจก ต่าง ๆ ทั่วโลกจึงมีการทำอนุสัญญา UNFCCC และในภายหลังได้มีการทำข้อตกลงเพิ่มเติมได้แก่ พิธีสารเกียวโต เพื่อให้ความร่วมมือในการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกมีผลบังคับทางกฎหมาย

ปัจจุบันประเทศไทยมีองค์กรมหาชน เรียกว่า องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยมีกฎหมายรองรับองค์ดังกล่าวแล้ว และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ.2550 ที่ผ่านมา โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการวิเคราะห์ กลั่นกรองและทำความสะอาด (Clean Development Mechanism หรือ CDM) รวมทั้งติดตามประเมินผลโครงการที่ได้รับคำรับรอง รวมถึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลการดำเนินงานและให้การสนับสนุนการดำเนินงานและให้การสนับสนุนด้านก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนให้คำแนะนำแก่ภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจก ซึ่งรัฐบาลไทยได้ออกพระราชกฤษฎีกา "จัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2550"

แม้การซื้อขายคาร์บอนเครดิตจะมีข้อดี คือ ทำให้ประเทศพัฒนาไม่ต้องเจอค่าปรับจากพิธีสารเกียวโต ขณะที่ประเทศด้อยพัฒนาก็ได้รับการสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีสะอาดเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน แต่มีนักวิชาการบางกลุ่มออกมาเตือนว่าหากประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม นำคาร์บอนเครดิตมาขายล่วงหน้าจนหมดสิ้นจะกลายเป็นภาระผูกพันถึงอนาคต หากมีข้อตกลงใหม่ที่กำหนดให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องช่วยลดก๊าซเรือนกระจกด้วย ประเทศเหล่านี้ก็จะไม่มีคาร์บอนเครดิตเหลือเพราะขายล่วงหน้าไปหมดแล้ว ซึ่งไทยควรมีการเก็บคาร์บอนเครดิตไว้บ้าง เพราะอีก 10 ปีข้างหน้า อาจต้องถูกบังคับให้ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกเช่นกัน เมื่อถึงเวลานั้นอาจไม่มีคาร์บอนเครดิตเหลือ เพราะขายล่วงหน้าให้ประเทศอื่นหมดแล้ว ราคาที่ขายได้ก็ต่ำกว่าจำนวนที่กำหนดให้จ่ายค่าปรับหลายเท่า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องประเมินสถานการณ์ในอนาคตเผื่อไว้ด้วย นอกจากนี้ ควรมีการลดการใช้พลังงานด้านอื่นพร้อมกัน เนื่องจากภาคธุรกิจไทยมีการใช้พลังงานไฟฟ้าสิ้นเปลืองอย่างมาก (บริษัท รับเบอร์ กรีน จำกัด, 2553)

สรุปผลการวิจัย

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความเป็นมา แนวความคิด ทฤษฎี ความรู้ และเกี่ยวกับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งจำแนกเนื้อหาสาระการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการพิจารณาประเด็นที่สำคัญเพื่อพิจารณาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเสนอข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์เชิงเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

1. ตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิต

ตลาดคาร์บอน หรือตลาดซื้อขายคาร์บอน (Carbon Market) โดยตลาดคาร์บอนสามารถแยกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดทางการและตลาดแบบสมัครใจ

ตลาดทางการ (Mandatory market/Compliance Market/Regulated Market) เป็นตลาดที่มีการซื้อขายคาร์บอนเครดิต ภายใต้กลไกที่ลดลงตามที่กำหนดไว้ในพิธีสารเกียวโต

ตลาดแบบสมัครใจ (Voluntary market) เป็นตลาดที่มีการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่มีหน่วยเป็น VERs - Verified Emission Reductions ซึ่งเกิดจากโครงการตามกลไกการพัฒนาที่สะอาด

ประเทศไทยในฐานะที่ได้ร่วมให้สัตยาบันในพิธีสารเกียวโต ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแต่ไม่อยู่ในกลุ่มที่ถูกกำหนดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จึงทำให้ตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร และการเข้าร่วมเป็นไปได้ยาก (บริษัท รับเบอร์ กรีน จำกัด, 2553)

2. ภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศพิธีสารเกียวโต

ภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ ตามพิธีสารเกียวโตกำหนดให้กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วที่เป็นสมาชิกของพิธีสารเกียวโต (Annex I) มีพันธกรณีในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือกรีนเฮาส์เอฟเฟคต์ โดยประเทศไทยซึ่งอยู่ในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา (Non Annex I) ในปัจจุบันไม่มีพันธกรณีที่จะต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่จะต้องดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามกลไก (Mechanism)

ดังนั้น "การซื้อขายคาร์บอนเครดิต" จึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่กำหนดออกมาพิเศษเพื่อช่วยให้ประเทศดัดการปล่อยก๊าซพิษไม่ต้องถูกลงโทษ ซึ่งจะทำให้ประเทศดัดการ หรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่มีกำลังซื้อที่มาก จะใช้ความที่มีกำลังซื้อดังกล่าวปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของอนุสัญญาในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3. กฎหมายเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ภายใต้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

ประเทศไทย ปัจจุบันรัฐบาลได้ออกพระราชกฤษฎีกาก๊าซเรือนกระจก เพื่อพัฒนาโครงการและตลาดซื้อขายปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรอง รวมถึงเป็นศูนย์กลางข้อมูล ดำเนินงานและให้ทุนสนับสนุนการดำเนินงานด้านก๊าซเรือนกระจก

แม้การซื้อขายคาร์บอนเครดิตจะมีข้อดี แต่ประเทศที่กำลังพัฒนายังควรคำนึงถึงการขายคาร์บอนเครดิต และมีการวางแผนการเก็บคาร์บอนเครดิตไว้ในอนาคต เพราะในวันข้างหน้า ประเทศที่กำลังพัฒนา และยังมีได้ถูกบังคับให้ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก อาจจะถูกบังคับให้ลดก๊าซเรือนกระจก เมื่อถึงเวลานั้นอาจจะมีคาร์บอนเครดิตเหลือเนื่องจากขายล่วงหน้าให้ประเทศอื่นหมดแล้ว

4. กฎหมายในการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย

ปัจจุบันแม้ว่าประเทศไทยจะยังไม่มีภาระรับผิดชอบในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในฐานะที่ได้ร่วมให้สัตยาบันในพิธีสารเกียวโต ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งหลายภาคส่วนในสังคมไทยเริ่มมีการตื่นตัว ปรับตัวและเตรียมการเพื่อรับการรับผิดชอบในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (บริษัท รับเบอร์ กรีน จำกัด, 2553) โดยดำเนินการลดการปล่อยก๊าซโดยจัดทำในรูปแบบของโครงการภายใต้กลไกที่ 3 ก็จะสามารถขายคาร์บอนเครดิตที่ได้รับการจดทะเบียนจากอนุสัญญา UNFCCC ให้กับประเทศอื่นหรือในตลาดคาร์บอนได้

ประเทศไทยควรจะต้องประเมินสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในการขายคาร์บอนเครดิต ซึ่งปัจจุบันกฎหมายหรือวิธีการซื้อขายคาร์บอนเครดิต มีขั้นตอนการซื้อขายมีขั้นตอนมากมายและซับซ้อนมาก ทำให้การซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยไทยเป็นเรื่องที่ยาก ซึ่งแตกต่างจากต่างประเทศ ที่มีการจัดการการซื้อขายคาร์บอนเครดิตให้มีขั้นตอนที่ง่าย และสะดวกแก่การเข้าร่วมของเอกชน เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ และตรงวัตถุประสงค์ของพิธีสารเกียวโต ในการลดก๊าซเรือนกระจก

ข้อเสนอแนะ

จากที่ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัย ขั้นตอนการซื้อขายคาร์บอนเครดิต และทำการเปรียบเทียบกับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตของต่างประเทศนั้น ทำให้รู้ว่าประเทศไทยมีการดำเนินการลดมลพิษที่ทำให้เกิดสภาวะเรือนกระจกในปัจจุบันว่าเป็นเพียงการเริ่มต้น เนื่องจากประเทศไทยไม่มีภาระการรับผิดชอบในการลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในฐานะที่ได้

ร่วมให้สัตยาบันในพิธีสารเกียวโต ดังนั้น จึงขอเสนอให้มีการพิจารณาตามปัญหาที่ได้มีการวิเคราะห์ ให้สอดคล้องกับประเทศไทย และพระราชกฤษฎีกา "จัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2550 ดังนี้

1. เพื่อการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกมีผลบังคับทางกฎหมาย ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2550 หรือมีชื่อย่อว่า อบก. นั้น ขอให้พิจารณาในการออกกฎหมายให้สนับสนุน การซื้อขายคาร์บอนเครดิต ให้มีความทันสมัยและแรงจูงใจให้ภาคเอกชนที่ค่อนข้างให้ความสนใจในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ แต่สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยต้องการการส่งเสริมและแรงจูงใจจากภาครัฐมากกว่านี้เพื่อจูงใจให้มีการดำเนินการในเรื่องนี้จริงจังให้มากขึ้น

2. ให้พิจารณาให้มีการแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการซื้อขายคาร์บอนเครดิต ให้มีความเข้าใจง่าย สามารถเข้าร่วมได้ง่าย และวิธีปฏิบัติที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ให้เหมือนกับต่างประเทศที่มีการซื้อขายคาร์บอนเครดิตเป็นเรื่องที่ง่าย อาทิเช่น อาจจะมีการยกบลค่าไฟฟ้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างสหภาพยุโรป (บริษัท ราบเบอร์ กรีน จำกัด, 2553) ก็สามารถเข้าร่วมได้ และการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในอนาคตประเทศไทยอยู่ภายใต้บังคับรับผิดชอบลดก๊าซเรือนกระจก ควรคำนึงถึงการขายและการเก็บคาร์บอนเครดิตไว้ใช้อย่างจำเป็นในอนาคตด้วย เพราะในการซื้อขายคาร์บอนเครดิตมีราคาที่แตกต่างกันค่าปรับตามพิธีสารเกียวโตที่ทางประเทศไทยได้ให้สัตยาบันไว้ ดังนั้นควรจะต้องมีการวางแผน หรือกำหนดแนวทางในอนาคตให้ชัดเจน

3. ให้พิจารณาเพิ่มการดำเนินการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคส่วนต่าง ๆ ให้มีการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก โดยมีการบัญญัติเป็นกฎหมาย เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4. ให้พิจารณาเพิ่มราคาการซื้อขายคาร์บอนเครดิตให้มากขึ้นเท่าที่ควร เพราะการซื้อขายคาร์บอนเครดิตเป็นหนึ่งในแนวทางที่กำหนดออกมาพิเศษ เพื่อช่วยให้ประเทศตัวการที่ปล่อยก๊าซพิษไม่ต้องถูกลงโทษ ซึ่งจะทำให้ประเทศตัวการ หรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่มีกำลังซื้อที่มาก จะใช้ความที่มีกำลังซื้อดังกล่าวปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของอนุสัญญาในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นเพื่อเป็นอุปสรรคให้ประเทศตัวการที่มีกำลังซื้อได้ตระหนักถึงการซื้อขายคาร์บอนเครดิตจากปริมาณมาก ๆ

อาจจะทำให้ประเทศได้มีการจัดทำโครงการเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกให้มากขึ้นกว่าที่ทำมา และจะทำให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้รายได้ที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

5. ให้พิจารณาออกข้อบังคับและนโยบายให้บริษัท หรืออาคารหลังใหญ่ ๆ ที่มีการใช้ไฟฟ้าหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเป็นจำนวนมาก กระทำการลดใช้ไฟฟ้า หรือใช้ไฟฟ้าให้เหมาะสมอย่างเช่น เกาหลีสั่งซื้อบังคับให้สถานที่ราชการเปิดเครื่องปรับอากาศไว้ที่อุณหภูมิ 26 องศา หรือให้หน่วยงานราชการมีการทำกิจกรรมที่เป็นการการสนับสนุนการใช้พลังงานที่สะอาด โดยอาจจะเป็นก็ปลูกต้นไม้ หรือใช้ไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

6. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ โครงการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งภาครัฐและเอกชน เรื่องการซื้อขายคาร์บอนเครดิต พร้อมทั้งสร้างพื้นฐานให้มากกว่านี้ ณ ในอนาคตประเทศไทยเมื่อเข้าสู่การรับผิดชอบลดก๊าซเรือนกระจก จะได้มีความพร้อมในการทำงานในส่วนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยสถาบันฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากท่านคณะกรรมการที่ได้สละเวลาและกรุณาให้คำแนะนำแก่คณะวิจัย เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และสำเร็จลงไปได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์จักริน นันทโพธิเดช รองอธิการบดีเป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความกรุณาชี้แนะข้อกฎหมายให้กับงานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุดคณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ วิทยาลัยสันตพล ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนทุนวิจัย และใคร่ขอกราบขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์จนทำให้โครงการวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีทุกประการ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2553). การดำเนินงานภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2553). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพิธีสารเกียวโต. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2553). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติ (UNFCCC). (2562). สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.eppo.go.th/index.php/th/plan-policy/climatechange/unitednation/unfccc>
- บัณฑิต เศรษฐศิริโรตซ์ และคณะ. (2551). การพัฒนาความรู้และยุทธศาสตร์ด้านความตกลงพหุภาคีระหว่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม (รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่ม 3). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- บริษัท รับเบอร์ กรีน จำกัด. (2562). “คาร์บอนเครดิต” : ธุรกิจมลพิษกู้โลกร้อน. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.rubbergreen.co.th/บทความสีเขียว/คาร์บอนเครดิต.html>
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553). แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาโครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาด. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน).
- วิกานดา วรรณวิเศษ. (2558). คาร์บอนเครดิต: ธุรกิจลดโลกร้อน. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, สำนักวิชาการ.

การรับรู้ของภาคีการท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

THE PERCEPTION OF TOURISM STAKEHOLDERS IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR DEVELOPMENT (EEC) TOWARD THE SUSTAINABLE TOURISM

ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ *

Poramet Boonnumsirikij

สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Tourism Department, Business Administration Faculty, Ramkhamhaeng University

Received: 31 March 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของภาคีการท่องเที่ยวในการเตรียมการรองรับการพัฒนาของการท่องเที่ยวต่อโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 2) ศึกษาการรับรู้ของแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภาคีการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดทำแผนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ภาคีการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติงานในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 386 ตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ผลการวิจัยใช้สถิติพรรณนาและสถิติอนุมานประกอบด้วยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัย ระดับความคิดเห็นของภาคีที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวอยู่ระหว่างระดับมากถึงปานกลาง พิจารณารายด้านพบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก การรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

* ผู้ประสาน: ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ

อีเมล: poramet.b@ru.ac.th

อย่างยั่งยืนและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งภาพรวมและปัจจัยรายด้านได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว ด้านการสร้างเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว และด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ภาติการท่องเที่ยว, การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร, การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the level of information perception from tourism stakeholders toward the development of the EEC tourism plan 2) to study the level of sustainable tourism from tourism stakeholders toward the development of EEC tourism plan. The population and sample of the study comprised 386 the tourism stakeholders who worked in EEC. A questionnaire was designed to collect data. Descriptive and independent sample t-test, one way ANOVA and Pearson's Correlation were employed to analyze data. The results found that the levels of opinion from tourism stakeholders were moderate and high. In each aspect the opinion toward sustainable tourism and tourism plan was high, but the information perception was moderate. The results of Pearson's correlation between the sustainable tourism perception for overall dimension of the tourism development plan and each dimension including infrastructures/ facilities, development of people, tourist reliability and development of tourism resources quality showed a low correlation with a significance level of 0.05.

Keywords: Tourism stakeholders, Information perception, Participation to tourism development, Sustainable Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการสนับสนุนและส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงศักยภาพและสนองความต้องการของภาคการท่องเที่ยว นโยบายที่สำคัญได้แก่การกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยรัฐบาลโดยมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง จากนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอนาคตของประเทศ รวมถึงภาคบริการที่ยังได้รับการวางแผนยุทธศาสตร์ อาทิเช่น การพัฒนาท่าเทียบเรือเฟอร์รี่ เรือสำราญ และการซ่อมแซมบำรุงรักษาเรือยอชต์ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ขณะที่พื้นที่ดังกล่าวได้มีการประกาศเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) ประกาศเป็นแผนเป็นแผนพัฒนาและแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2559 – 2563) ประกอบด้วย จันทบุรี ชลบุรี ตราด และระยอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) พื้นที่บางส่วนซ้อนทับกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่ทับซ้อนนั้นอาจเกิดความสับสนของเจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาจก่อให้เกิดการพัฒนาที่ขัดกันในการดำเนินโครงการและตัวชี้วัดของแต่ละแผนงาน ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดเอกภาพและไม่เป็นไปตามเป้าหมายการบูรณาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตโดยเฉพาะมิติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นหนึ่งในเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ประเทศไทยได้ลงนามในข้อตกลงร่วมกันกับประเทศภาคีสหประชาชาติ จึงมีจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาวិจัยเพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ของภาคการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกทั้งสามจังหวัดเพื่อให้สามารถเข้าใจบริบทของการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นสู่ความยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี พ.ศ. 2573 ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของภาคีการท่องเที่ยวในการเตรียมการเพื่อรองรับการพัฒนาของโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เขตพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง
2. ศึกษาระดับการรับรู้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภาคีการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดทำแผนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เขตพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตทางประชากร ได้แก่ ภาคีผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ผู้แทนภาครัฐทั้งจากส่วนกลางที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ข้าราชการประจำสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หรือบุคลากรในสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในพื้นที่ ข้าราชการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและรวมถึงผู้ให้บริการท่องเที่ยวเช่น เจ้าของธุรกิจโรงแรมที่พักและพนักงาน เจ้าของธุรกิจร้านอาหารและพนักงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยว ผู้ประกอบการกิจการหรือพนักงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาการศึกษา 1 ปี โดยได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการเดือนกุมภาพันธ์ 2561 และดำเนินการแล้วเสร็จในเดือนมกราคม 2562

ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา พื้นที่ตามประกาศพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 2/2560 เรื่องการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนพิเศษ 19 ง ลงวันที่ 17 มกราคม 2560 ในข้อ 1 “พื้นที่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง”

ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วยการรับรู้ข่าวสาร การมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในการวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมได้แก่ การที่หน่วยงาน สกสศ. หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือภาคีการท่องเที่ยว มีทั้งหมด 6 ด้านประกอบด้วย 1) รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารมวลชนส่วนกลาง

2) รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารมวลชนในท้องถิ่น 3) รับทราบข้อมูลข่าวสารจากเอกสารชนิดต่าง ๆ 4) รับทราบข้อมูลข่าวสารจากการออกเผยแพร่โดยตรง 5) รับทราบข่าวสารข้อมูลจากบุคคล และ 6) รับทราบข่าวสารข้อมูลจากช่องทางออนไลน์

การมีส่วนร่วม ในการวิจัยในครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม คือ การที่ได้เปิดโอกาสให้มีการดำเนินการ ปฏิบัติงาน หรือเป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยสถาบันพระปกเกล้าได้กำหนดระดับการมีส่วนร่วมไว้ 6 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับการให้ข้อมูล 2) ระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน 3) ระดับการปรึกษาหารือ 4) ระดับการวางแผนร่วมกัน 5) ระดับการร่วมปฏิบัติการ และ 6) ระดับการควบคุมโดยประชาชน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการวิจัยมีการกำหนดตัวแปรตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรม หมายถึงใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติเพื่อการอนุรักษ์และรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย 1) คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ 2) คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม 3) คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม 4) คำนึงถึงความสงบ สันติสุขและสันติภาพ 5) คำนึงถึงคุณภาพชีวิต และ 6) มีการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในการวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจึงได้กำหนดตัวแปรที่หมายถึงการใช้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) 1) ด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน/สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการพัฒนาบุคลากร 4) ด้านการสร้างเชื่อมั่น และ 5) ด้านการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ (คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มีระดับการศึกษาตัวแปรเป็นการวิจัยเพื่อการสำรวจ (Exploratory Research) โดยชนิดข้อมูลในการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Research) และลักษณะของการศึกษาตัวแปรเป็นลักษณะเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ภาคีด้านการท่องเที่ยวที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาคชุมชน ที่อยู่ใน

ส่วนกลางหรือในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าว ทั้งนี้ยังไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1953) จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้จากสูตรคำนวณเมื่อแทนค่าที่ได้คือมีจำนวน 385 ตัวอย่างตามสูตรข้างต้น จากนั้นจึงกำหนดวิธีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งใช้วิธีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ประกอบด้วยขั้นแรก (Primary Stage) ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยใช้พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่ในจังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา และขั้นที่สอง (Secondary Stage) ใช้วิธีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในการวิจัยนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษานี้ได้มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยหลัก โดยการสร้างแบบสอบถามนั้นมีการกำหนดข้อคำถามและคำตอบเป็นทั้งปลายปิดและปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการตอบได้อย่างอิสระในสำหรับการให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีเนื้อหาทั้งหมด 4 ส่วน ก่อนการนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลมีการทดสอบความเที่ยงตรงใช้วิธีการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลที่ได้ทุกข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 0.5 ตามเกณฑ์การนำไปใช้ (พิศิษฐ์ ดันทวนิช และ พนา จินดาศรี, 2561) จากนั้นนำไปทดสอบความเชื่อมั่นความเชื่อมั่นโดยหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) จำนวน 30 ชุด ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับที่ 0.949 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.7 (อารยา องค์กรเอี่ยม และ พงศ์ธรรา วิจิตเวชไพศาล, 2561)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ลงเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้วจากภาคีการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกและแบบสอบถามบางส่วนได้กระจายผ่านระบบออนไลน์ ให้กับภาคีการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมื่อเก็บแบบสอบถามในแต่ละวันมีการตรวจสอบและลงข้อมูลในคอมพิวเตอร์จนครบจำนวนที่กำหนด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Quantitative Statistic) และ สถิติเชิงอนุมาน (Statistics

to Estimate Quantitative) ประกอบด้วยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ค่าระดับความสัมพันธ์ของค่า r (Salkind, 2000) มีดังนี้

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 0.99	สูงมาก (Very Strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01 – 0.20	ต่ำมาก (Very Weak)

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์เชิงเนื้อหาแล้ว มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 386 ตัวอย่าง สามารถจำแนกได้ดังนี้ เพศ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีจำนวน 223 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเพศชายจำนวน 163 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.2 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมามีอายุระหว่าง 41 – 55 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีอายุสูงกว่า 55 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ด้านจังหวัดปฏิบัติงานหรือมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจากจังหวัดชลบุรี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และจังหวัดระยอง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมามีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ด้านองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวมีหรือได้รับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวจากประสบการณ์รวมถึงการสอนงานจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมามีหรือได้รับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวจากการศึกษาด้วยตนเอง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีองค์ความรู้

ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และมีหรือได้รับองค์ความรู้จากการศึกษา หรือเข้ารับการอบรมมีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 20,000 - 39,999 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 - 59,999 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

ศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของภาคการท่องเที่ยว มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ จังหวัดที่ปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และรายได้ที่ต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารประเภทต่าง ๆ แตกต่างกัน มีผลดังนี้ ด้านเพศ ที่ต่างกัน มีการรับทราบข่าวสารข้อมูลจากช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน ด้านอายุที่ต่างกัน มีการรับทราบข่าวสารข้อมูลจากเอกสารและข่าวสารการเผยแพร่โดยตรง ที่แตกต่างกัน ด้านจังหวัดที่ต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันในทุกประเด็น ทั้งจากสื่อมวลชน ส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น จากเอกสาร จากการออกเผยแพร่โดยตรง จากบุคคล และจากช่องทางออนไลน์ ที่แตกต่างกัน ด้านการศึกษาที่ต่างกัน มีการรับทราบข่าวสารข้อมูลจากสื่อมวลชนในท้องถิ่น จากเอกสาร จากการออกเผยแพร่โดยตรงจากบุคคล และจากช่องทางออนไลน์ ที่แตกต่างกัน ด้านองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันในทุกประเด็น ทั้งจากสื่อมวลชนส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น จากการออกเผยแพร่โดยตรง จากบุคคล และจากช่องทางออนไลน์ ที่แตกต่างกัน ด้านรายได้ที่ต่างกัน มีการรับทราบข่าวสารข้อมูลจากสื่อสารมวลชนส่วนกลาง สื่อสารมวลชนส่วนท้องถิ่นจากบุคคล ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 สถิติสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อภาพรวมของแผนฯ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ภาพรวมแผนพัฒนาการท่องเที่ยว		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.274	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.362	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.372	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.356	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.321	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.320	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.397	0.000***	ค่อนข้างต่ำ

*** ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับความสัมพันธ์กับภาพรวม
 นัยสำคัญทางสถิติที่ได้อยู่ที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.397 ตัวแปรมี
 ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้าน
 มีความสัมพันธ์ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.372
 ด้านการคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.362 ด้านการคำนึงถึง
 ผลทางสังคมและวัฒนธรรม สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.356 ด้านการคำนึงถึงความ
 สงบสุข สันติสุข และสันติภาพ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.321 ด้านการคำนึงถึง
 คุณภาพชีวิต ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.320 กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวค่า
 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.274

ตารางที่ 2 แสดงสถิติสหสัมพันธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.218	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.263	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.268	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.232	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.238	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.267	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.294	0.000***	ค่อนข้างต่ำ

*** ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ได้อยู่ที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.294 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความสัมพันธ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.268 ด้านการคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.267 ด้านการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.263 ด้านการคำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.238 ด้านการคำนึงถึงคุณภาพชีวิต ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 ด้านการคำนึงถึงความสุข สันติสุข และสันติภาพค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.218

ตารางที่ 3 สถิติสหสัมพันธ์ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	โครงสร้างพื้นฐาน/สิ่งอำนวยความสะดวก		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.257	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.349	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.360	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.350	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.321	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.268	0.000***	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.377	0.000***	ค่อนข้างต่ำ

*** ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.377 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทุกด้านมีความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.360 ด้านการคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.350 ด้านการคำนึงถึงความสุข สันติสุข และสันติภาพ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.349 ด้านการคำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.321 ด้านการคำนึงถึงคุณภาพชีวิต

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.268 ด้านการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.257

ตารางที่ 4 สถิติสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อแผนการพัฒนากการท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.234	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.326	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.322	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.373	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.314	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.308	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.372	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ

^{***} ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.372 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความสัมพันธ์โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.373 ด้านการคำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.326 ด้านการคำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.322 ด้านการคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.314 ด้านการคำนึงถึงคุณภาพชีวิตค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.308 ด้านการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.234

ตารางที่ 5 สถิติสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวด้านการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ด้านการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.244	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.347	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.354	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.340	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.285	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.302	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.370	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ

^{***} ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.370 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.354 ด้านการคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.347 ด้านการคำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.340 ด้านการคำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.302 ด้านการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.285 ด้านการคำนึงถึงคุณภาพชีวิตค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.244

ตารางที่ 6 สถิติสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์
คำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ	0.249	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม	0.294	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม	0.326	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงความสงบสุข สันติสุข และสันติภาพ	0.255	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
คำนึงถึงคุณภาพชีวิต	0.243	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว	0.256	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ
รวม	0.321	0.000 ^{***}	ค่อนข้างต่ำ

^{***} ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการนำไปสู่การปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยว คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.321 แสดงว่าตัวแปร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้าน มีความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.326 ด้านค่านึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.294 ด้านค่านึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.256 ด้านการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.255 ด้านค่านึงถึงความสุข สันติสุข และสันติภาพ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.249 ด้านการค่านึงถึงผลทางเศรษฐกิจค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.243

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกันมีผลกับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันในประเด็นด้านผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิสำเนา และ ด้านองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ ต่างกัน ส่งผลกับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ข่าวสารข้อมูลจากสื่อสารมวลชนส่วนกลาง สื่อสารมวลชนส่วนท้องถิ่น สื่อประเภทเอกสาร สื่อที่ออกเผยแพร่โดยตรง (สื่อเฉพาะกิจ) สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน รองลงมาได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกัน ทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วยส่วนกลาง สื่อสารมวลชนส่วนท้องถิ่น สื่อประเภทเอกสาร สื่อที่ ออกเผยแพร่โดยตรง (สื่อเฉพาะกิจ) สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต สอดคล้อง กับการศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (กุสุมา ภูเสถว์, 2553) ที่พบว่าการใช้สื่อที่หลากหลายส่งผลต่อการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ลำดับต่อมาปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่ต่างกันส่งผลกับ การรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ประกอบด้วย สื่อสารมวลชนส่วนกลาง สื่อสาร มวลชนส่วนท้องถิ่น สื่อประเภทเอกสาร และสื่อประเภทบุคคล ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่ต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันเพียง 2 ด้านได้แก่ ด้านการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลจากเอกสาร และจากการออกเผยแพร่โดยตรง และด้านปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันเพียงหนึ่งด้านเท่านั้น ได้แก่ในด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารสื่อออนไลน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้การศึกษาในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ

การศึกษาเรื่องกระบวนการและเครือข่ายการสื่อสาร เพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (วัชรานันท์, 2551) และการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ เพื่อการสื่อสารการตลาด กับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมกาท่องเที่ยวไทย ในโครงการไทยเที่ยวไทย (วิลาวัณย์ เรื่องปฏิกรณ์, 2546) ที่ระบุว่าสื่อบุคคลนั้นมีความสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่หนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ และ ตามมาด้วยสื่อวิทยุแต่ในขณะเดียวกันจากการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า ประเด็นด้านการรับรู้ ข่าวสารข้อมูลจากสื่อประเภทออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากกว่าในการศึกษา ในอดีตที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาที่ศึกษาครั้งก่อน ๆ นั้น มีปริมาณการใช้สื่อ ออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต มีจำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือมีอุปกรณ์ที่เข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ไม่เทียบเท่ากับในปัจจุบัน สอดคล้องกับการศึกษาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (บัวผืน โตทรัพย์, พวงเพ็ญ ชูรินทร์, จิตติมา จ้อยเจือ และ อโศก ศรีสวัสดิ์, 2562) ที่มีข้อเสนอแนะในการใช้สื่อออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในการประชาสัมพันธ์

ทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การคำนึงถึงผลทางเศรษฐกิจ การคำนึงถึงผลทางสังคมและวัฒนธรรม การคำนึงถึงผลทางสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงความสุข สันติสุข และสันติภาพ การคำนึงถึงคุณภาพชีวิต และการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกที่ประกอบด้วยภาพรวมของแผนฯ ด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน/สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการสร้างเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และด้านการนำไปสู่การปฏิบัติ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นั้นผลมีการดำเนินงานร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (สุกานดา สายทรัพย์, 2553) ในขณะที่การศึกษาเรื่องบทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย (มาฆะ ชิตตะสังคะ และคณะ, 2549) ที่พบว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว องค์การบริหารงานส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วม

ในการจัดทำแผน ในขณะที่ภาคประชาชนนั้นไม่มีส่วนในการรับรู้ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ที่กลุ่มผู้รับจ้างหรือผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งเท่ากับภาคประชาชนนั้นมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนในการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการเป็นข้อกำหนดในการจัดทำแผนฯ ต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่ต้องมีการจัดทำประชาพิจารณ์ซึ่งในการจัดทำแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2560 – 2564 (สำนักงานเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ได้มีการจัดประชุมสัมมนาการนำเสนอร่างแผนฯ ก่อนมีการประกาศใช้ในพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ ประกอบการจัดทำแผนการดำเนินการจัดทำแผนยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพิภา นวนจา และ ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา (2563) ที่ได้มีการศึกษาบทบาทและหน้าที่ของภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำและทำความเข้าใจโดยมีภาคประชาชนเป็นผู้เสนอความต้องการ ความคิดเห็น กำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนการดำเนินการในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแนวทางการดำเนินการจัดทำแผนฯ มีความสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนอย่างยั่งยืน (อนวัต เชื้อเย็น, 2551) ที่กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากร ตรงกับแผนงานที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการเสริมศักยภาพในการแข่งขันกับภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยวและบริการตรงกับแผนงานที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ความจำเป็นที่ต้องใช้สื่อที่มีความหลากหลายและเหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มภาคีในแต่ละกลุ่มการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ เช่นช่วงอายุของภาคนั้นกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี การเผยแพร่โดยตรงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนการเผยแพร่จากสื่อมวลชนท้องถิ่นหรือส่วนกลางรวมถึงทางออนไลน์นั้นสามารถดำเนินการได้เพราะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเป็นต้น ทั้งนี้จากการศึกษายังพบข้อมูลที่สำคัญอีกประการหนึ่งว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มาจากส่วนกลางและจากสื่อออนไลน์ในระดับมากเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ให้ภาคีการท่องเที่ยวได้รับควรเป็นสื่อจากส่วนกลางและสื่อออนไลน์ ทั้งนี้พบว่าในปัจจุบันการใช้สื่อออนไลน์จะเป็นประโยชน์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ได้มากกว่าในอดีต โดยเปรียบเทียบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตที่ผู้รับสารไม่ให้ความสำคัญ หรือมีการบริโภคข่าวสารข้อมูลจากสื่อประเภทออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต การรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลที่แตกต่างกันนั้นโดยเฉพาะในประเด็นของจังหวัดที่ปฏิบัติงานหรือให้บริการการท่องเที่ยว นั้น แสดงถึงอาจจะเป็นเพราะการให้ข้อมูลข่าวสาร มีการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลในทุกจังหวัด ของระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๑ กัน ดังนั้นจากผลการวิจัยที่แสดงถึงการรับรู้ ข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกัน ดังนั้นการวางแผนหรือการกระจายข่าวสารข้อมูลในแต่ละจังหวัด อาจมีการปรับเปลี่ยนให้เข้าถึงกลุ่มภาคการท่องเที่ยวแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด หรือพื้นที่ที่มีขีดความสามารถในการรับข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกประเด็น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และความสงบสุขและสันติสุข ตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ประกาศแนว เป้าหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและประเด็นด้านความยั่งยืนที่คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของ ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ และการรักษาสมดุลของการท่องเที่ยวโดยการมีการ กำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถคงรักษาส มดุลทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับมากในทุก ประเด็น แสดงถึงความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภาคการท่องเที่ยว เป็นผลต่อการ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จากความเข้าใจดังกล่าวเมื่อนำไปจัดทำแผนและนำไปสู่ การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมจึงควรมีการติดตามและประเมินผล การที่ภาคการท่องเที่ยว มีความเข้าใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้วอาจต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในกรณีที่ยังมีการสร้าง ผลกระทบทางลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ด้าน สังคม วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติม

ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาคูณภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาศักยภาพที่ ให้บริการการท่องเที่ยว และด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว ที่ให้ผลที่มี ความสัมพันธ์ แต่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งแสดงถึงการจัดทำแผนยังไม่สอดคล้องกับแนวความคิด การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเท่าที่ควร ดังนั้นแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในอนาคต ควรมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับ แผนงาน ยุทธศาสตร์ และโครงการ โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แทรกในตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal) ที่กำหนดเป้าหมายความสำเร็จภายในปี พ.ศ. 2573

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปเสนอประเด็นที่ควรจะได้มีการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคตดังนี้

1. แนวทางการศึกษากระบวนการติดตามภาคีการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบติดตามความสำเร็จของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากการจัดทำแผนในปัจจุบันการตรวจสอบติดตามความสำเร็จเป็นหน้าที่ของหน่วยงานเจ้าของแผนงานหรือหน่วยงานติดตามประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณ ซึ่งควรมีการศึกษาในประเด็นนี้ในอนาคต

2. การศึกษาการรับรู้ของชุมชนกับการเข้าถึงการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางที่ชุมชนจะสามารถเข้าถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากแผนงานการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ชุมชนสามารถตั้งรับการพัฒนาและชุมชนสามารถมีทิศทางในการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลเพื่อการเป็นชุมชนเชิงรุกในการเป็นตัวตั้งต้นของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

3. การศึกษาแบบจำลองการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกโดยร่วมกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวซ้อนทับ เพราะในพื้นที่ ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออก จึงทำให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มีมากกว่า 1 แผน จนทำให้เกิดความสับสนและซ้อนทับทั้งในเชิงการบริหารการพัฒนา การจัดการพื้นที่ และการตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลของแผนงานโครงการที่มีในพื้นที่

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว
ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม
2563, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7705
- กุสุมา ภูเสต์ว. (2553). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- บัวผืน โตทรัพย์, พวงเพ็ญ ชูรินทร์, จิตติมา จ้อยเจือ และ อโศก ศรีสวัสดิ์. (2562). การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์**. 13(2), 190-220.
- พิมพ์ิกา นวนจา และ ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. (2563). ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์**. 11(2), 29-54.
- พิศิษฐ์ ตันทวนิช และ พนา จินดาศรี. (2561). ความหมายที่แท้จริงค่า IOC. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 24(2), 3-12.
- มาฆะ ชิตตะสังคะ, วิทยา วรรณศิริ, อัคริน จุมปา, ภาควิชา ดันพิงค์, ณัฐธิดา จุมปา และ ดวงรัตน์ อินพรหม. (2549). **บทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน.
- วัชรนา บุรีศรี. (2551). **กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสาร เพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาวัณย์ เรืองปฏิกรณ์. (2546). **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ เพื่อการสื่อสารการตลาด กับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไทย ในโครงการไทยเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนงานพัฒนาระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ.2560 - 2564) รายงานหลัก**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6381
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563**, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

- สำนักงานเพื่อการพัฒนากระเป๋ยงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. (2561). **แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก**. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561, จาก <https://www.eeco.or.th/web-upload/filecenter/untitled%20folder/EEC010.pdf>
- สุกานดา สายทรัพย์. (2553). **การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. **แบบบูรณาการในจังหวัดขอนแก่น**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อนูวัต เชื้อเย็น. (2551). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนอย่างยั่งยืน**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อารยา องค์เอี่ยม และ พงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. **วิสัยทัศน์สาร**. 44(1), 36-42.
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Salkind, N. J. (2000). **Exploring Research**. Michigan: Prentice Hall.

**การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียด ที่พยากรณ์การจัดการความเครียด
ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร**
**HEALTH PERCEPTION AND STRESS PREDICTING STRESS MANGEMENT OF
GOVERNMENT TEACHERS AND EDUCATION PERSONAL OF BANGKOK**

เครือมาศ ชาวไร่เงิน*, เบญจวรรณ บุญยะประพันธ์ และ ชนัดดา เพ็ชรประยูร
Crumas Chawraingern*, Benjawan Boonyapraphan and Chanadda Petchprayoon

สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
Industrial and Organizational Psychology, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Received: 1 April 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียดของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียด 3) สร้างสมการพยากรณ์การจัดการความเครียด ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานครที่สอนในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตหนองแขม จำนวน 221 คน แบบสอบถามที่ใช้ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามการรับรู้ภาวะสุขภาพ แบบสอบถามความเครียด และแบบสอบถามการจัดการความเครียด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัย พบว่า 1) การรับรู้ภาวะสุขภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ความเครียดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ และการจัดการความเครียดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง 2) การรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* ผู้ประสานงาน: เครือมาศ ชาวไร่เงิน

อีเมล: s6308031910011@email.kmutnb.ac.th

($r=.611$) ความเครียดมีความสัมพันธ์ทางลบกับการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r= -.204$) และการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียดโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ($r= -.197$) 3) การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียดสามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความเครียดได้ร้อยละ 38.1 เขียนสมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้แก่การจัดการความเครียด = $.611$ (การรับรู้ภาวะสุขภาพ) - $.204$ (ความเครียด)

คำสำคัญ: การรับรู้ภาวะสุขภาพ, ความเครียด, การจัดการความเครียด

Abstract

The objectives of this study were, 1) to study health reception, stress and stress management of government teachers, and education personal of Bangkok, 2) to study the relationship between health perception, stress, and stress management, and 3) to construct an equation predicting stress management of government teachers and education personal of Bangkok. The sample in this study comprised 221 government teachers and education personal of Bangkok. The questionnaires were used in this study: personal factors, health perception, stress, and stress management. The statistics used in the study included Descriptive analysis, Pearson's product-moment correlation coefficient, and enter multiple regression analysis.

The results indicated that: 1) health reception was high average, stress was low average, and stress management was high average. 2) There was a positive significant correlation between health perception and stress management ($r=.611$, $p<.01$), and, it has a negative significant correlation between stress and stress management ($r= -.204$, $p<.01$), and, between health perception and stress ($r= -.197$, $p<.01$). 3) Health perception and stress were significant predictors of stress management with a predictability of 38.1%. The forecasting equation of standard score showed stress management = $.611$ (health perception) - $.204$ (stress).

Keywords: Health perception, Stress, Stress management

บทนำ

ในช่วงเวลาที่คนทั้งโลกกำลังต่อสู้กับโรคโคโรนาไวรัส (COVID-19) ที่ยังไม่สามารถปราบปรามได้อย่างรวดเร็ว ยอดผู้ติดเชื้อในหลายๆ ประเทศเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบมากมายหลายด้านทั้งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่ถดถอยลง บางบริษัทต้องปลดพนักงาน ล้มเลิกกิจการ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิต กิจกรรมที่เคยทำนอกสถานที่ต้องเปลี่ยนมาทำที่บ้าน และที่สำคัญผลเสียที่เกิดขึ้นโดยตรงคือผลที่เกิดกับสุขภาพและสุขภาพจิต คนมีความเครียดมากขึ้น ตกอยู่ในภาวะซึมเศร้าและการฆ่าตัวตายที่เพิ่มสูงขึ้น (กรมสุขภาพจิต, 2564) จากผลสำรวจของ Stress in America™ 2020 (American Psychological Association, 2020) พบว่าในช่วงระยะเวลาการระบาดของ COVID-19 กว่า 84% ของผู้ใหญ่ มีความรู้สึกอย่างน้อยหนึ่งอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเครียด สิ่งที่พบบ่อยที่สุด ได้แก่ ความรู้สึกวิตกกังวล (47%) ความโศกเศร้า (44%) และความโกรธ (39%) แสดงให้เห็นว่าการระบาดของโรคส่งผลให้คนเกิดความเครียด และภาวะความเครียดที่เกิดขึ้นจะทำให้บุคคลไม่มีความสุข ส่งผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

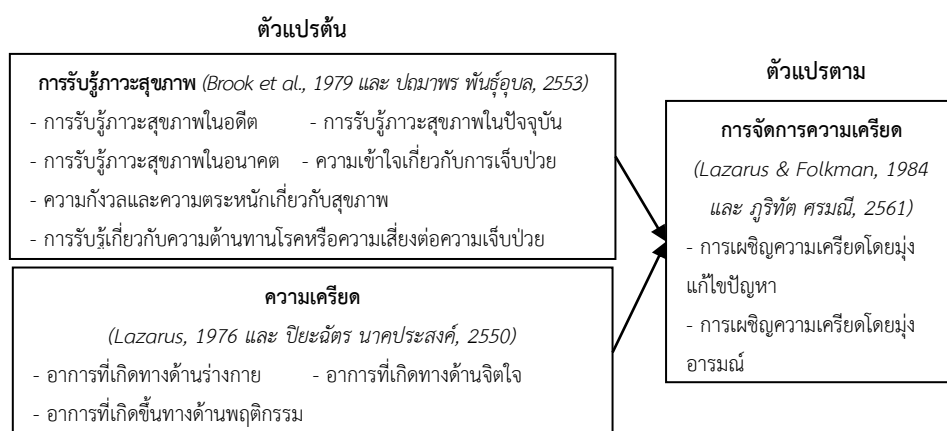
ในสถานการณ์ดังกล่าว ความรู้สึกวิตกกังวลเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนเกิดภาวะความเครียดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากการกลัวการติดเชื้อ หวาดระแวงคนรอบข้าง รวมไปถึงตนเอง เมื่อมีอาการใกล้เคียงก็จะคิดไปว่าตนติดเชื้อหรือไม่ สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรายวัน นโยบายรัฐบาลที่มีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ตลอดเวลา ทำให้เกิดความกังวลในการใช้ชีวิต สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้บุคคลเกิดภาวะเครียดมากยิ่งขึ้น ดังนั้นแล้วการรับรู้สภาวะสุขภาพของตนเองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน เพราะการรับรู้สภาวะสุขภาพคือการที่บุคคลเข้าใจและประเมินสุขภาพของตนเองในแต่ละเวลาได้ รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของสุขภาพ (Brook et al., 1979) และสามารถเผชิญปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงแต่ละบุคคลมีปฏิริยาที่แตกต่างกันออกไปในการจัดการและรับมือกับความเครียดที่เกิดขึ้น บางคนนิ่งเฉย บางคนวิตกกังวล บางคนเศร้าหดหู่ว่าสิ่งที่ความอยากจะทำอะไร ในขณะที่บางคนก็รับมือได้ดี มีสติและกำลังใจดี สามารถแก้ปัญหาและรับมือกับความเครียดได้อย่างเหมาะสม การจัดการกับความเครียดทำได้หลายวิธี อาทิเช่น การแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของความเครียด การควบคุมอารมณ์ความรู้สึก ความไม่สบายใจ เมื่อไม่สามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นได้ เพื่อบรรเทาหรือลดความเครียดลง (Lazarus & Folkman, 1984)

กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่ต้องรับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีการดำเนินการตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส มีการปิดโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร มีการปรับมาใช้ในการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ และการมอบหมายงานให้ทำที่บ้าน แต่ในปัจจุบันโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครได้กลับมาเปิดเรียนในชั้นเรียนตามปกติ ทำให้ครูมีภาระการสอนที่เพิ่มมากขึ้น มีการสอนชดเชยทั้งในช่วงเช้าและช่วงเย็นของแต่ละวันเพิ่มขึ้นเพื่อให้นักเรียนเรียนได้ทัน ส่งผลให้ครูต้องเผชิญกับความวิตกกังวลและความเครียดอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด กับการจัดการความเครียดของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียดของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียด
3. สร้างสมการพยากรณ์การจัดการความเครียดของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร ที่สอนในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตหนองแขม จำนวน 424 คน ประกอบไปด้วย 6 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนวัดหนองแขม (สหราษฎร์บูรณะ), โรงเรียนประชาบำรุง, โรงเรียนมนต์จรัสสิงห์อนุสรณ์, โรงเรียนวัดศรีนวลธรรมวิมล, โรงเรียนวัดอุดมรังสี และโรงเรียนบ้านขุนประเทศ จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการตามแนวคิดของยามาเน่ (Yamane, 1973) ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 206 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2563) (สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2563) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ, สถานภาพทางครอบครัว, ระดับการศึกษาสูงสุด, อายุงาน, และตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้ภาวะสุขภาพ ประยุกต์จากแนวคิดของ บรูคและคณะ (Brook et al., 1979) และ ปณามพร พันธุ์อุบล (2553) ประกอบด้วย การรับรู้ภาวะสุขภาพในอดีต การรับรู้ภาวะสุขภาพในปัจจุบัน การรับรู้ภาวะสุขภาพในอนาคต ความกังวลและความตระหนักเกี่ยวกับสุขภาพ การรับรู้เกี่ยวกับความต้านทานโรคหรือความเสี่ยงต่อความเจ็บป่วย และความเข้าใจเกี่ยวกับการเจ็บป่วย ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ทั้งหมด 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความเครียด ประยุกต์จากแนวคิดของ ลาซารัส (Lazarus, 1976) และ ปิยะฉัตร นาคประสงศ์ (2550) ประกอบไปด้วย อาการที่แสดงออกทางด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านพฤติกรรม ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ ทั้งหมด 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการจัดการความเครียด ประยุกต์จากแนวคิดของ ลาซารัสและโฟล์คแมน (Lazarus & Folkman, 1984) และ ฐริทัต ศรมณี (2561) ประกอบไปด้วย การเผชิญความเครียดโดยมุ่งแก้ไขปัญหาและการเผชิญความเครียดโดยมุ่งอารมณ์ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทั้งหมด 22 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถามทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาและมีความสมบูรณ์ จำนวน 225 ฉบับ

3.2 ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มีนาคม 2564 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

3.3 ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การทดสอบความตรง ผู้วิจัยทดสอบความตรง (validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านวิชาการจำนวน 3 ท่าน ประเมินค่า Index of item- objective congruence: IOC ในการพิจารณาหาค่า IOC หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 (Rorinelli & Hambleton, 1997) ซึ่งพบว่าข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์

4.2 การนำแบบทดสอบไปทดสอบก่อนใช้จริง (Try out) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดสอบก่อนใช้จริงกับผู้ที่มีลักษณะการทำงานคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานครที่สอนในโรงเรียนสังกัด กรุงเทพมหานคร เขตดินแดง จำนวน 50 คน

4.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามไปทดสอบก่อนใช้จริงมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Coefficient Alpha พบว่าแบบสอบถามการรับรู้ภาวะสุขภาพมีค่า .911 แบบสอบถามความเครียด .898 และแบบสอบถามการจัดการความเครียด .951

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าความถี่และร้อยละ 2) การทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's product moment correlation) 3) การสร้างสมการพยากรณ์การจัดการความเครียดโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 และส่วนใหญ่มีอายุ 45-50 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกันจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ปริญญาตรีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 ในส่วนของอายุงาน ส่วนใหญ่อายุงาน 1 เดือน - 5 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งครูวิทยฐานะชำนาญการ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยของการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียด

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	Max	Min	ระดับ
การรับรู้ภาวะสุขภาพ	4.166	.504	5.00	3.00	สูง
ความเครียด	1.829	.403	3.55	1.05	ต่ำ
การจัดการความเครียด	4.072	.505	5.00	2.91	สูง

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้ภาวะสุขภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = .504) ความเครียดค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}$ = 1.829, S.D. = .403) และการจัดการความเครียดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.072, S.D. = .505)

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียดกับการจัดการความเครียด

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการจัดการความเครียด

ตัวแปร	การรับรู้ ภาวะสุขภาพ	ความเครียด	การจัดการ ความเครียด
1. การรับรู้ภาวะสุขภาพ	1		
2. ความเครียด	-.197**	1	
3. การจัดการความเครียด	.611**	-.204**	1

*p<.05, **p<.01

จากตารางที่ 2 พบว่าการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ($r=.611$) ในขณะที่ความเครียดมีความสัมพันธ์ทางลบกับการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ($r= -.204$) และการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ($r= -.197$)

3) การวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อพยากรณ์การจัดการความเครียด และสร้างสมการพยากรณ์การจัดการความเครียดโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการเลือกตัวแปรพยากรณ์การจัดการความเครียด โดยวิธี Enter

ตัวพยากรณ์	R	R ²	F	sig
การรับรู้ภาวะสุขภาพ	.611	.374	130.588	.000**
ความเครียด	.204	.042	9.516	.002**
การรับรู้ภาวะสุขภาพ, ความเครียด	.617	.381	67.044	.000**

* $p<.05$ ** $p<.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียด สามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความเครียด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายการผันแปรของการจัดการความเครียดได้ .381 ($p<.01$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์เท่ากับ .617 ($p<.01$) กล่าวคือ การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียดสามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความเครียด ได้ร้อยละ 38.1

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) ทดสอบความมีนัยสำคัญของ b

ตัวพยากรณ์	B	S.E. _b	Beta	t	sig
การรับรู้ภาวะสุขภาพ	.613	.054	.611	11.428	.000**
ความเครียด	-.256	.083	-.204	-3.085	.002**
CONSTANT	1.790	.281		6.366	.000**
R = 0.617 R ² =0.381 F = 67.044 p value <0.01					

* $p<.05$ ** $p<.01$

จากตารางที่ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) ซึ่งเป็นค่านำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ที่มีต่อตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปร การรับรู้ภาวะสุขภาพที่ค่า Beta = .300 และตัวแปรความเครียดมีค่า Beta = -.204 โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์การจัดการความเครียดได้ดังนี้ 1) สมการในรูปคะแนนดิบ คือ การจัดการความเครียด = $1.790 + .613(\text{การรับรู้ภาวะสุขภาพ}) - .256(\text{ความเครียด})$ 2) สมการในรูปคะแนนมาตรฐานคือ การจัดการความเครียด = $.611(\text{การรับรู้ภาวะสุขภาพ}) - .204(\text{ความเครียด})$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการจัดการความเครียด อยู่ที่ .611 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งแสดงว่าข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา กรุงเทพมหานครมีการรับรู้ภาวะสุขภาพ จะมีการจัดการความเครียดที่ดี ทั้งนี้เพราะคนที่มี การรับรู้ภาวะสุขภาพคือคนที่สามารถประเมินการรับรู้ภาวะสุขภาพในอดีต การรับรู้ภาวะสุขภาพในปัจจุบัน การรับรู้ภาวะสุขภาพในอนาคต ความวิตกกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ การต้านทานโรคหรือการเสี่ยงต่อโรคและความเข้าใจเกี่ยวกับความเจ็บป่วยของตนเองได้ กล่าวได้ว่าผู้ที่มีการรับรู้ภาวะสุขภาพที่ดีก็มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่ดีด้วย (दारुंग सुगाजर्ण, 2540) สอดคล้องกับแนวคิดของ Halahan, et al. (2004) ที่กล่าวว่าการเผชิญปัญหาของบุคคล ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมของบุคคลในการจัดการกับสภาวะเครียด หรือความทุกข์ทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ พรทิพย์ หนูพระอินทร์, ชญานิศ ลือวานิช และ ประพรศรี นรินทรรักษ์ (2556) ที่ศึกษาการรับรู้สุขภาพ พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงที่มารับบริการ ณ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ตพบว่า การรับรู้สุขภาพของตนเองเป็นสิ่งชักนำให้เกิดการปฏิบัติและเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการดูแลตนเอง โดยอาจกล่าวสรุปได้ว่าครูที่สามารถรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเองได้ดี จะสามารถวิเคราะห์และหาแนวทางในการจัดการกับความเครียดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

ในขณะที่ผลการวิจัยก็พบว่าความเครียดมีความสัมพันธ์ทางลบกับการจัดการความเครียดอยู่ที่ -.204 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 แสดงว่าข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานครที่มีความเครียดเกิดขึ้นคือ มีความรู้สึกกดดันไม่สบาย ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ในขณะที่การจัดการ

ความเครียดเองก็มีหลากหลายวิธี อาทิเช่น การแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง การมองโลกในแง่ดี หรือการหลบหนีปัญหา ซึ่งแน่นอนว่าการจัดการความเครียดด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งอาจไม่สามารถ บรรเทาหรือลดความเครียดลงได้เสมอไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร ขาวงษ์, สุดคณิง ปลั่งพงษ์พันธ์ และ ทานตะวัน แยมบุญเรือง (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับ ความเครียดกับสาเหตุของความเครียดและการจัดการความเครียดของนักศึกษาพยาบาลใน วิทยาลัยพยาบาล สังกัดสถาบันพระบรมราชชนกพบว่า การจัดการความเครียดโดยการปรับตัว การปรับเปลี่ยนความรู้สึกและการทำกิจกรรมที่สนใจมีความสัมพันธ์กับระดับความเครียด อย่างไม่มีนัยสำคัญ และพบว่าการจัดการความเครียดด้วยกิจกรรม การออกกำลังกาย ($r = -0.10$) การดูทีวี ($r = -0.10$), การอ่านหนังสือการ์ตูน ($r = -0.06$) และการเดินรำ ($r = -0.05$) มีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียด ดังนั้นแล้วการจะเลือกใช้วิธีการจัดการความเครียดวิธี ใดควรเลือกให้เหมาะสมกับความเครียดที่เกิดขึ้น ได้อย่างตรงจุดเพื่อให้สามารถรับมือกับ ปัญหาและลดความเครียดลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า การรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียด อยู่ที่ -0.197 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $.01$ แสดงว่าข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา กรุงเทพมหานคร ที่มีการรับรู้ภาวะสุขภาพมีผลต่อความเครียดในทิศทางตรงข้ามกัน เนื่องจากการรับรู้ภาวะสุขภาพคือบุคคลตระหนักและประเมินสุขภาพของตนเองได้ ในขณะที่ คนที่มีความเครียดคือคนที่ไม่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ ทำให้เกิดอาการ ต่างๆ อาทิเช่น การปวดตามร่างกาย ไม่มีสมาธิ รู้สึกซึมเศร้า เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากคนที่ ประเมินสุขภาพของตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี สรรเสริญ (2544) ที่ทำการศึกษา การรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการออกกำลังกายของสตรีไทยวัยหมดประจำเดือน พบว่าการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ $.01$ ($r = -0.483$) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oh and Kim (2018) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเครียดในการเลี้ยงดูของมารดาที่ไม่ได้แต่งงาน กับภาวะซึมเศร้า การสนับสนุน ทางสังคมและการรับรู้ด้านสุขภาพ ได้สรุปไว้ว่า การประเมินสุขภาพสามารถเพิ่มหรือลด ความเครียดในการเลี้ยงดูได้ จึงจำเป็นต้องเน้นพัฒนาที่การรับรู้เรื่องสุขภาพ

ผลการวิจัยยังพบว่า การรับรู้ภาวะสุขภาพและความเครียดสามารถร่วมกันพยากรณ์ การจัดการความเครียดของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ $.01$ โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความเครียดได้ร้อยละ 38.1

อาจกล่าวได้ว่าการรับรู้ภาวะสุขภาพ การประเมินสุขภาพของตนเองมีบทบาทสำคัญต่อพลวัตของสุขภาพกายและใจ (Jang, Kim, & Chiriboga, 2006) การทำความเข้าใจที่จะยอมรับเกี่ยวกับภาวะสุขภาพของตน ซึ่งสามารถส่งผลต่ออาการเจ็บป่วย รวมถึงการดูแลรักษา การปฏิบัติตัว ถือเป็นสิ่งที่จูงใจและชักนำให้บุคคลมีพฤติกรรมสุขภาพตามความคิดและความเข้าใจได้ หรือที่เรียกกันว่าแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Belief Mode) (ชาร์พีห์ เจ๊ะแว, 2560) สอดคล้องกับแนวทางในการจัดการความเครียดของกรมสุขภาพจิต (2548) คือ การหมั่นสังเกตความผิดปกติทั้งทางร่างกาย จิตใจ พฤติกรรมที่เกิดจากความเครียดและเมื่อรู้ตัวว่าเครียดจากปัญหาใด ให้พยายามแก้ไขปัญหานั้นโดยตรง ตลอดจนการรับรู้ความเครียดของตนเองที่ดีจะช่วยให้สามารถรับมือและจัดการกับความเครียดนั้นได้อย่างตรงจุด อาทิเช่น ความเครียดที่แสดงออกทางด้านร่างกาย การปวดศีรษะ การปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ การแก้ปัญหาความเครียดที่เหมาะสม เช่น การออกกำลังกาย การฝึกผ่อนคลายกล้ามเนื้อ หรือความเครียดที่แสดงอาการทางด้านพฤติกรรม เช่น การขาดสมาธิในการทำงาน ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัยนา เหลืองประวดี (2547) ที่ศึกษาเรื่องผลของการใช้วิธีจัดการกับความเครียดโดยการฝึกสมาธิการคิดแบบอริยสัจและการฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อเพื่อการจัดการกับความเครียดของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรโศภณ พบว่านิสิตกลุ่มทดลองที่ได้รับการฝึกวิธีการจัดการกับความเครียดมีการจัดการกับความเครียดสูงกว่านิสิตในกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการฝึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับวิธีการจัดการความเครียดโดยมุ่งอารมณ์ คือการควบคุมอารมณ์ความรู้สึก ความไม่สบายใจของตัวเอง เมื่อไม่สามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะฉัตร นาคประสงค์ (2550) ที่ศึกษาผลของโปรแกรมการใช้อารมณ์ขันเพื่อลดความเครียดของวัยรุ่น พบว่าระดับความเครียดของนักเรียนกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมกับนักเรียนกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมหลังการทดลองมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเองและความเครียด สามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความเครียดได้

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้

1) ควรส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษารับรู้ถึงภาวะสุขภาพของตนเอง ทั้งด้านภาวะสุขภาพดีและในด้านภาวะความเจ็บป่วย เพื่อประเมินสุขภาพได้อย่างถูกต้อง และส่งผลให้สามารถจัดการกับความเครียดที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

2) องค์กรควรส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดี ที่ไม่สร้างความกดดัน ความวิตกกังวล ที่ส่งผลต่อด้านร่างกายและด้านจิตใจของครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้สามารถทำงาน ได้อย่างมีความสุขและจัดการกับปัญหาต่างๆ ได้อย่างดี

3) ควรส่งเสริม สนับสนุนให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาประเมินความเครียดและ ภาวะสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรับมือกับความเครียดที่เกิดขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต. (2548). **คู่มือคลายความเครียดด้วยตนเอง**. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

Department of Mental Health. (2005). **Self-relieving stress guide**. Bangkok: The War Veterans Organization of Thailand. (in Thai).

กรมสุขภาพจิต. (2564). **สถิติปี 63 ตัวเลขคนไทยฆ่าตัวตายสูงลิ่ว กรมสุขภาพจิตแนะสำรวจตนเอง**. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30594>

Department of Mental Health. (2021). **In 2020, the number of Thai people commits suicide is high, Department of Mental Health recommends a self-survey**. Retrieved March 5, 2021, from <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30594>. (in Thai).

ซารีพะห์ เจ๊ะแว. (2560). **ปัจจัยคัดสรรตามแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยในการป้องกันอุบัติเหตุของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตยะลา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- Cheawae, S. (2020). **Selected Factors Affecting Helmet Use Behaviors for Accidental Prevention Following Health Belief Model of Students at Yala Institute of Physical Education**. Master Thesis in Education, Prince of Songkla University. (in Thai).
- ดาวรุ่ง สุภากรณ์. (2540). **ความสัมพันธ์ระหว่างความหวัง การรับรู้ กับพฤติกรรมการปฏิบัติตนด้านสุขภาพของผู้ป่วย ไตวายเรื้อรังที่ได้รับการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Supaporn, D. (1997). **Relationship between hope, perception and health behavior of patients. Chronic renal failure undergoing hemodialysis**. Master Thesis in Nursing Science, Mahidol University. (in Thai).
- นัยนา เหลืองประวดี. (2547). **ผลของการใช้วิธีการจัดการกับความเครียดโดยการฝึกสมาธิ การคิดแบบอริยสัจ และการฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ เพื่อการจัดการกับความเครียดของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Luangprawat, N. (2004). **Effects of Stress Management Method by Meditation Practice, the Nobel Truth Thinking and Muscle Relaxation on Stress Management of Students at Srinakharinwirot University**. Master Thesis in Science, Srinakharinwirot University. (in Thai).
- ปถมพร พันธุ์อุบล. (2553). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพ และพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของข้าราชการตำรวจวัยทอง ในจังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Phan-Ubol, P. (2010). **A Relationship between Health Perception and Health Self-Caring behavior of Thai Andropause Police Officers in Chonburi Province**. Master Thesis in Education, Srinakharinwirot University. (in Thai).
- ปิยะฉัตร นาคนประสงค์. (2550). **ผลของโปรแกรมการใช้อารมณ์ขันเพื่อลดความเครียดของวัยรุ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- Narkpasong, P. (2007). **The Effects of Sense of Humor Encouraging Program to Reduce Tension of Teenagers**. Master Thesis in Education, Srinakharinwirot University. (in Thai).
- พรทิพย์ หนูพระอินทร์, ชญานิศ ลือวานิช และ ประพรศรี นรินทรรักษ์. (2556). การรับรู้สุขภาพพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงที่มารับบริการณ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**, 9(1), 63-87.
- Nuprain, P., Luewanit, C., & Narinruk P. (2013). The Perception of Health Status and Self-Care Behaviour of the Hypertension Patient at the Vachira Phuket Hospital. **Phuket Rajabhat University Academic Journal**, 9(1), 63-87. (in Thai).
- ภูริทัต ธรรมณี. (2561). **การจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาวิชาชีพครูคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์**. โครงการวิจัย ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Sornmanee, P. (2018). **Managing stress properly of teacher professional students, Faculty of Education, Silpakorn University, Sanam Chandra Palace**. Research Project, Bachelor of Education, Silpakorn University. (in Thai).
- รัชนี สรรเสริญ. (2544). การศึกษาการรับรู้ภาวะสุขภาพ ความเครียด และการออกกำลังกายของสตรีไทยวัยหมดประจำเดือน. **วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 9(3), 1-19.
- Sunsern, R. (2001). A study of Perceived Health Status, Stress and Exercise in Thai Menopausal Women. **The Journal of Faculty of Nursing Burapha University**, 9(3), 1-19. (in Thai).
- วิไลพร ขำวงษ์, สุดคณิง ปลั่งพงษ์พันธ์ และ ทานตะวัน แยมบุญเรือง. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเครียดกับสาเหตุของความเครียด และการจัดการความเครียดของนักศึกษาพยาบาลในวิทยาลัยพยาบาล สังกัดสถาบันพระบรมราชชนก. **วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ**, 10(1), 78-87.

- Khamwong, W., Plangpongpan, P., & Yamboonruang, T. (2016). The relationships between levels of stress, causes of stress and stress management in nursing students of nursing colleges under the jurisdiction of Praboromarajchanok Institute for Health Workforce Development. **Journal of Health Science Research**, 10(1), 78-87. (in Thai).
- สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร. (2563). **สถิตินักเรียน-ห้องเรียน-ครู 2563 (Excel)**. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2564, จาก <http://www.bangkok.go.th/Bangkokeducation/page/sub/20731/>
- Department of Education, Bangkok. (2020). **Statistics of Student - Classroom - Teacher 2020 (Excel)**. Retrieved March 24, 2021, from <http://www.bangkok.go.th/bangkokeducation/page/sub/20731/>. (in Thai).
- American Psychological Association. (2020). **Stress in the Time of COVID-19**. Retrieved March 7, 2021, from <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2020/stress-in-america-covid.pdf>.
- Brook, R. H., Ware Jr, J. E., Davies-Avery, A., Stewart, A. L., Donald, C. A., Rogers, W.H. et al. (1979). Overview of adult health status measures fielded in Rand's health insurance study. **Journal of Medical Care**, 17(7), i-131.
- Halahan, C. J., Roger, J. D., & Moos, R. H. (2004). **Stress, Encyclopedia of Applied Psychology**, first edition, Edited by Charles, D. Spielberger, volume 3, pp. 485-495.
- Jang, Y., Kim, G., & Chiriboga, D. A. (2006). Health perception and depressive symptoms among older Korean Americans. **Journal of cross-cultural gerontology**, 21(3-4), 91-102.
- Lazarus, R. S. (1976). **Patterns of adjustment**. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). **Stress appraisal, and coping**. New York: Springer Publishing.

- Oh, E. J., & Kim, H. Y. (2018). Factors Influencing Unmarried Mothers' Parenting Stress: Based on Depression, Social Support, and Health Perception. **Korean Journal of Women Health Nursing**, 24(2), 116-125.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2, 49-60.
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory analysis**. New York: Harper and Row.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ในกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING PREVENTION BEHAVIOR OF COVID – 19

INFECTION IN BANGKOK

วิรัชญา ศรีบุญเรือง, ธนรัตน์ นิลวัฒนา, ศิริโสภา สำราญสุข*, กนกพร อนิรัภัย,
ศานสันต์ รักแตงาม และ ปวีณา สปีลเลอร์

Wirunya Sribunrueng, Thanarat Ninwattana, Sirisopa Sumransuk,
Kanokporn anirapai, Sanasun Rugthangam and Pawina Spiller

สาขาวิชาเลขานุการทางการแพทย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
Medical Secretary, Faculty of Science Management Academic, Suan Dusit University

Received: 7 April 2021

Accepted: 25 May 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 417 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ความรอบรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 โดยมีปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 ด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคมด้านการรับข้อมูลและข่าวสารของเชื้อ COVID - 19 ในภาพรวมและรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันด้านการ

* ผู้ประสานงาน: ศิริโสภา สำราญสุข

อีเมล: moowansiri@gmail.com

ต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.615, 0.484, 0.610 ตามลำดับ

คำสำคัญ: COVID - 19, การป้องกันการติดเชื้อ, พฤติกรรมของการป้องกันตนเอง

Abstract

This research aimed to study factors affecting the prevention behaviors of COVID-19 infection among the people in Bangkok by quantitative research using questionnaires. The group of informants was 417 people in Bangkok, using the sampling method without using the sampling probability principle (Nonprobability Sampling) Simple sampling method (Simple Random). The statistics used in the research were percentage, mean, arithmetic, Standard deviation and Pearson's Relational Statistics.

The results of the research were as follows: Knowledge of factors that affect infection prevention behaviors to COVID - 19 comprised three main factors: knowledge of COVID - 19, social support factor, information and news of COVID - 19 in overall and most aspects were at the highest level. Influence on the anti- COVID - 19 protective behaviors showed correlation coefficients of 0.615, 0.484, 0.610, respectively.

Keywords: COVID - 19, Infection Prevention, Self-defense behavior

บทนำ

สถานการณ์ในปัจจุบันได้มีการแพร่กระจายของเชื้อ COVID - 19 มีการแพร่กระจายไปทั่วโลก โดยองค์การอนามัยโลกได้ประกาศรายงานยอดผู้ติดเชื้อ COVID - 19 ทั่วโลกที่ยืนยันแล้ว 121,464,666 ราย, ผู้เสียชีวิต 2,684,093 ราย และมีประเทศที่มีผู้ติดเชื้อสูงสุดสหรัฐอเมริกา จำนวน 29,317,562 ราย, บราซิล จำนวน 11,693,838 ราย, อินเดีย จำนวน 11,514,331 ราย, รัสเซีย จำนวน 4,437,938 ราย, สหราชอาณาจักร จำนวน 4,280,886

ราย ซึ่งประเทศไทยที่มียอดผู้ติดเชื้อสะสมอยู่ในอันดับที่ 115 จากทั่วโลก (World Health Organization, 2021) ประเทศไทยมีจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID - 19 เพิ่มขึ้นทุกวัน สถิติจากกรมควบคุมโรคระบุว่า ยอดผู้ติดเชื้อสะสม 27,594 ราย ยอดผู้เสียชีวิต 89 ราย (กรมควบคุมโรค, 2564) และกรุงเทพมหานครมียอดผู้ติดเชื้อสูงสุดเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย มียอดผู้ติดเชื้อสะสม 1,422 ราย (ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19 (ศบค.), 2564)

จากการแพร่กระจายเชื้อ COVID - 19 ยังส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ทำให้เศรษฐกิจตกอยู่ในภาวะถดถอย หลายประเทศต้องปิดพรมแดน และล็อกดาวน์ (Lock down) ประเทศที่องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ประเมินว่าปริมาณการค้าโลกจะหายไปถึง 1 ใน 3 เทียบกับปี 2562 หากสถานการณ์ยืดเยื้อทำให้ธุรกิจ และครัวเรือนขาดสภาพคล่องรุนแรงจนถึงขั้นเกิดปัญหาผิวนิดชำระหนี้ในวงกว้าง อาจมีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นวิกฤติการเงินร่วมด้วย หรือเป็น “triple economic shock” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) ประเทศไทยต้องเผชิญกับการหยุดชะงักของกิจกรรม และมีหลายธุรกิจต้องปิดกิจการลงผลกระทบมากที่สุดจากการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะลดลง 60% จากปีที่แล้ว ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปีนี้อาจหดตัว 5.4% จากกรณีที่ไม่มีโรคระบาด (สมประวิณ มันประเสริฐ, 2563) เมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร ที่เป็นทั้งเมืองเศรษฐกิจและจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยมีมาตรการสั่งปิดสถานที่ต่างๆ ทำให้รายได้ลดลงจากการท่องเที่ยวร้อยละ 65.22 ซึ่งน่าจะสร้างผลกระทบระยะยาวให้เกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของเชื้อ COVID - 19 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

ดังนั้น งานวิจัยนี้มีความสนใจมุ่งศึกษาในประเด็นการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 และพฤติกรรมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาไปประยุกต์ในการวางแผนมาตรการ การป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อ COVID - 19 และสามารถกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และยังเป็นการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณ ตามวิธีของ Taro Yamane (Yamane, 1967) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random Sampling) ที่มีลักษณะตามที่ได้กำหนดไว้ (นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์, 2562) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประมาณ 400 ตัวอย่าง เพื่อที่จะได้ระดับความเชื่อมั่นที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 95 และทำให้ค่าคาดประมาณที่ได้ต่างจากค่าจริงของประชากรไม่เกินร้อยละ 5 หลังจากได้ทำการเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด มีการตอบแบบสอบถาม 417 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 สอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์, 2562) อัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับแบบสอบถามมีอัตราตอบกลับร้อยละ 100

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยการออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID – 19 ในกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบบสอบถาม ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะงานหลักที่ทำอยู่ในชีวิตประจำวันพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เรื่องเชื้อ COVID – 19 จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนทางสังคม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข้อมูล และข่าวสารของเชื้อ COVID – 19 จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันด้านการ
ด้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 จำนวน 10

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่าน
เพื่อการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการคำนวณหาดัชนี
ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-objective Congruency :
IOC) ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ($IOC \geq 0.5$) ถือว่าข้อคำถามนั้นเป็น
ตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC
ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึงเกณฑ์ 0.5 แต่มี
ความจำเป็นต้องใช้ข้อคำถามนั้นเพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการวัด จะนำข้อคำถามนั้นไป
ปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากแบบสอบถามโดยได้ค่า IOC เท่ากับ
0.67-1.0 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ได้
ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบความเชื่อมั่นจำนวน 30 ชุดแล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น
ของแบบสอบถามโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ($\alpha = 0.05$) ระดับความถูกต้อง (Validity)
และระดับนัยสำคัญที่ 0.5 หรือความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% โดยสัมประสิทธิ์แอลฟา (α –
Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละ
ด้านพบว่าค่าของ Cronbach Alpha มีค่าอยู่ในช่วง 0.724-0.888 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นอยู่ใน
ระดับที่มากกว่า 0.7 ดังนั้นแบบสอบถามจึงจัดอยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้
ในการทดสอบได้ (สุธรรม รัตนโชติ, 2551)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
จำนวน 417 คน
2. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
แต่ละฉบับ
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปลงรหัส และบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
จากนั้นประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากการศึกษาเอกสาร (Document Research) ตามบริบท (Context) และใช้วิธีการตีความ (Interpretation) จากการสังเกต และการสัมภาษณ์ที่ได้จัดบันทึกไว้จากปรากฏการณ์ที่มองเห็นเป็นรูปธรรม โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ จากนั้นผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อการจัดข้อมูลที่ไม่ต้อง การออกไป แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive) โดยเขียนเป็นประโยค หรือข้อความตามกรอบแนวคิดทฤษฎีและตอบปัญหาของการวิจัย

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 35 ปี (ร้อยละ 4) ระดับการศึกษาสูงสุด หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65.9) กำลังศึกษาอยู่ (ร้อยละ 56.8) พักอาศัยในเขต บางพลัด (ร้อยละ 16.3)

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของประชาชนในกรุงเทพมหานครในประเด็นของการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเฉลี่ยรายด้าน พบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 เท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.51) ด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.59) ด้านการรับข้อมูลและข่าวสารของเชื้อ COVID - 19 เท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.59) ด้านพฤติกรรมการป้องกันด้านการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 เท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.49) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 โดยจำแนกตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง (n = 417)

ตัวแปรต้น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19	4.49	0.51	มากที่สุด
ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม	4.26	0.59	มากที่สุด
การรับข้อมูลและข่าวสารของเชื้อ COVID - 19	4.26	0.59	มากที่สุด
พฤติกรรมป้องกันการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19	4.51	0.49	มากที่สุด

การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 พบว่า ปัจจัยนำ ความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 ปัจจัยเสริมด้านการสนับสนุนทางสังคม ปัจจัยเอื้อ ด้านการรับรู้ข้อมูล และข่าวสารของเชื้อ COVID - 19 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมป้องกันการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.615$, $r = 0.484$, $r = 0.610$, $p < 0.001$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 (n = 417)

ตัวแปรต้น	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	P - value
ปัจจัยนำ ความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19	0.615	<0.001
ปัจจัยเสริม ด้านการสนับสนุนทางสังคม	0.484	<0.001
ปัจจัยเอื้อ ด้านการรับรู้ข้อมูล และข่าวสารของเชื้อ COVID - 19	0.610	<0.001

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงบวกของพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยนำด้านความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรม การป้องกันด้านการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติ เนื่องจากการรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 ความสามารถและทักษะในการเข้าถึงข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ การประเมิน การจัดการตนเอง และนำไปปฏิบัติในการดูแลตนเอง รวมทั้งสามารถชี้แนะให้บุคคลรอบข้างได้ปฏิบัติอย่างถูกต้องและปลอดภัย โดยภาพรวมของประชาชนมีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจของผู้ดูแลเด็กปฐมวัยในศูนย์เด็กเล็ก กรุงเทพมหานคร ที่ชี้ให้เห็นว่า ถ้ามีความรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจมากก็จะมีพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อทางเดินหายใจได้ดี (จารุวรรณ แผลมโรสง, ชนัญชิตาคุษฎี ทูลศิริ และ พรนภา หอมสินธุ์, 2559)

2. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยเสริม ด้านการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการป้องกันด้านการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 เป็นปัจจัยสำคัญที่ได้รับความช่วยเหลือจากการสนับสนุนในหน่วยงานต่างๆ หรือการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์การป้องกัน เช่น หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ เพื่อช่วยเยียวยาและลดปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID - 19 โดยภาพรวมของประชาชนมีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออกในประชาชนพื้นที่ชายแดนไทย - สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ที่ชี้ให้เห็นว่า ประชาชนต้องการได้รับการสนับสนุนจากองค์กร หน่วยงานและบุคลากรจากภาครัฐ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานสาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เพิ่มแรงสนับสนุนทางสังคมแก่กลุ่มประชาชน อาทิเช่น การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร วัสดุอุปกรณ์เพื่อใช้ในการป้องกันโรคไข้เลือดออก การให้ข้อมูลย้อนกลับจากผลการปฏิบัติ หรือการดำเนินการของประชาชน และการสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนสามารถมีพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออกได้อย่างพึงประสงค์และต่อเนื่อง (จักรกฤษณ์ พลราชม, นรินทร์ดา ศรีบุญทิพย์ และ อภิรดี วังคะฮาด, 2561)

3. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยเอื้อ ด้านการรับรู้ ข้อมูล และข่าวสารของเชื้อ COVID - 19 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการป้องกันด้านการต้านทานการเกิดเชื้อ COVID - 19 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความชัดเจน ติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีระบบ และทำความเข้าใจจากสื่อประเภทต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารความคิดเห็น และประเด็นสำคัญหรือเนื้อหาสาระที่สื่อต้องการนำเสนอ โดยภาพรวมของประชาชนมีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของมารดาในการป้องกันโรคติดเชื้อเฉียบพลัน ระบบหายใจในเด็กจากแหล่งต่างๆ เป็นปัจจัยเอื้อซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรทางด้านความรู้ที่มีความจำเป็นสำหรับมารดา มารดาที่สามารถเข้าถึงและหาข้อมูลข่าวสารได้ง่ายจะทำให้มารดามีความรู้ และแนวทางในการปฏิบัติพฤติกรรมป้องกันโรคที่เหมาะสม และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการโน้มน้าวและช่วยให้มารดามีความเชื่อที่ถูกต้องด้วยเหตุผล หรือหลักการทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนมีความคิดและทางเลือกที่กว้างขึ้นในการปฏิบัติพฤติกรรมป้องกันโรคให้แก่ เด็ก นอกจากนี้การได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความสมบูรณ์ ทันสมัย และครบถ้วนจะช่วยให้การตัดสินใจของมารดามีความถูกต้องรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคจากแหล่งต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม การป้องกันโรคติดเชื้อเฉียบพลันระบบหายใจในเด็กของผู้ดูแลเด็ก (จุฬาลักษณ์ แก้วสุก, ยุนี พงศ์จตุรวิทย์ และ นุจรี ไชยมงคล, 2559)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ปรับการบริหารการจัดการประชากรในสถานที่ท่องเที่ยว, สถานบันเทิงหรือห้างสรรพสินค้าให้มีความชัดเจน เพื่อลดปัญหาการแพร่กระจายของเชื้อ COVID - 19
2. วางนโยบายการบริหารจัดการในชุมชนให้มีศูนย์การเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความรู้ขั้นพื้นฐาน และพฤติกรรมการป้องกันของเชื้อ COVID - 19
3. จัดทำฐานข้อมูลเรื่องเชื้อ COVID - 19 ที่มีเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอตามแนวโน้มของพฤติกรรมการป้องกันของเชื้อ COVID - 19 และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสาร

1. ควรสร้างความเข้าใจเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เรื่องเชื้อ COVID - 19 ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันตั้งแต่ ชุมชน ภาครัฐและนักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

2. ควรนำเสนอเนื้อหาของข่าวสารให้มีความถูกต้องชัดเจนกับทุกกลุ่มเป้าหมาย และสามารถกระตุ้นความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อลดปัญหาการแพร่กระจายของเชื้อ COVID - 19

3. ควรมีการบูรณาการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึง และเหมาะสมกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ทั้งนี้จากผลการศึกษาสารุบข้อเสนอนะกลยุทธ์การสื่อสารดังนี้

3.1 กลยุทธ์เพื่อนแนะนำเพื่อน ความสนิทสนมใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสามารถแนะนำความรู้ ความเข้าใจหรือพฤติกรรมในการป้องกันของเชื้อ COVID - 19 ได้อย่างชัดเจน ดังนั้นเพื่อนจึงเป็นกุญแจสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว

3.2 กลยุทธ์การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง บุคคลที่มีชื่อเสียง คือ กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของสังคม สามารถพัฒนาการสื่อสารโดยผ่านการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมที่มีภาพลักษณ์ และการวางตัวที่ดีเป็นกระบอกเสียงที่จะช่วยเสนอความรู้และพฤติกรรมที่ป้องกันการติดเชื้อ COVID - 19 โดยมุ่งสื่อสารผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนทุกคนและบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติ เช่น เพื่อน, ครอบครัวและคนใกล้ชิด

3.3 กลยุทธ์การสื่อสาร เป็นตัวสะท้อนที่สามารถกระตุ้น ดึงดูดความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติตามมาตรการป้องกันเชื้อ COVID - 19 อย่างเคร่งครัด เพื่อลดปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID - 19 ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นหัวใจหลักในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเป็นกระบวนการสำคัญในการปฏิบัติ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้น สามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการแพร่กระจายการติดเชื้อ COVID - 19 มาพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการป้องกันตนเองที่เหมาะสมและถูกต้อง

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในการสนับสนุนช่วยเหลือจากทางสังคม เพื่อที่เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงาน และการให้บริการด้านต่างๆ ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ และพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ COVID - 19 เพื่อให้เกิดความตระหนักในการดูแลป้องกันตนเอง

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **รายได้ ไทยเที่ยวไทย**. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2564, จาก <https://www.facebook.com/ETSMOTS/photos/a.268898043815989/732830347422>

กรมควบคุมโรค. (2564). **โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)**. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/>

จารุวรรณ แหลมโธสง, ชนัญชิดาคุชฎี ทูลศิริ และ พรนภา หอมสินธุ์. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจของผู้ดูแลเด็กปฐมวัยในศูนย์เด็กเล็ก กรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก <https://nurse.buu.ac.th/rsh/file/journal/0000000334.pdf>

จุฬาลักษณ์ แก้วสุก, ยุณี พงศ์จตุรวิทย์ และ นุจรี ไชยมงคล. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของมารดาในการป้องกันโรคติดเชื้อเฉียบพลันระบบหายใจในเด็กวัยก่อนเรียน. **วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 24(4), 54-64. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Nubuu/article/view/82434/65510>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด 19 : โรคปฏวัติโลกยกเครื่องสู่อนาคตวิถีชีวิตใหม่**. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_CoverStory.aspx

- จักรกฤษณ์ พลราชม, นิรันดา ศรีบุญทิพย์ และ อภิรติ วังคะฮาด. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออกในประชาชนพื้นที่ ชายแดนไทย – สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา. **วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร**, 20(1), 46-55. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jpcru/article/view/181992/128928>
- นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2562). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี**, 13(3), 181-188. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2564, จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/214077/148946>
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม สำหรับงานวิจัยสังคมศาสตร์. **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 18, 375-396. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564, จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/7044/6558>
- ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19 (ศบค.). (2564). **สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2564, จาก <https://media.thaigov.go.th/uploads/publicimg/source/190364.pdf>
- สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2563). **ผลกระทบของโรคระบาดโควิด-19 ต่อเศรษฐกิจไทย**. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/economic-covidimpact>
- สุธรรม รัตนโชติ. (2551). **การวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- World Health Organization. (2021). **WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard**. Retrieved March 19, 2021, from <https://covid19.who.int/>
- Yamane, T. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper and Row.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

1. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่เคยผ่านการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
3. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการ เกิดขึ้นจากผู้เขียนได้ทำการทดลอง สร้างสรรค์ สังเคราะห์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานโดยตรง หรือเป็นบทความที่เสนอถึงความคิด หรือหลักการใหม่ที่เป็นไปได้และมีทฤษฎีสนับสนุนอย่างเพียงพอ มีประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย
4. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือปราศจากการอ้างอิงที่ถูกต้อง
5. ผู้เขียนต้องจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบตามข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับอย่างเคร่งครัด
6. ผู้เขียนได้แก้ไขความถูกต้องของบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว
7. บทความจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากกองบรรณาธิการและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 15 พอยต์ พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน B5 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่านำกระดาษ เว้นขอบบนและขอบซ้าย 3.00 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 2.00 ซม. บทความวิชาการ และบทความวิจัย มีความยาว 10 - 15 หน้า ส่วนบทความปริทัศน์ ความยาว 10 - 15 หน้า ยกเว้นบทวิจารณ์หนังสือ ความยาว 5 - 15 หน้า และใช้ระบบการอ้างอิง APA

องค์ประกอบของผลงาน

1. บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ คืองานเขียนที่มีความน่าสนใจ มีความรู้ใหม่ โดยส่วนประกอบของผลงานมีดังต่อไปนี้

- 1.1 ชื่อเรื่อง กรณีเป็นบทความภาษาไทย ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 1.2 ชื่อผู้เขียนบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และหน่วยงานที่สังกัด
- 1.3 บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 250-300 คำ
- 1.4 คำสำคัญ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 5 คำ
- 1.5 เนื้อหาในบทความ แบ่งออกเป็น บทนำ บทสรุป ข้อเสนอแนะ (ถ้ามี) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

2. บทความวิจัย คืองานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ โดยส่วนประกอบของผลงานมีดังต่อไปนี้

- 2.1 ชื่อเรื่อง กรณีเป็นบทความภาษาไทย ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2.2 ชื่อผู้เขียนบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และหน่วยงานที่สังกัด
- 2.3 บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 250-300 คำ
- 2.4 คำสำคัญ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 5 คำ
- 2.5 เนื้อหาบทความวิจัย แบ่งออกเป็น บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

3. บทวิจารณ์หนังสือ คืองานเขียนที่ถ่ายทอดความคิดเห็น โดยนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นความรู้ ต้องใช้หลักวิชาที่เหมาะสมเพื่อวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นถึงข้อดีข้อไม่ดี โดยชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องของหนังสือที่จะวิจารณ์ และเสนอแนวทางแก้ไข โดยผลงานจะต้องมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

- 3.1 ชื่อเรื่องบทวิจารณ์หนังสือ
- 3.2 ชื่อผู้เขียนบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และหน่วยงานที่สังกัด
- 3.3 บทวิจารณ์หนังสือ แบ่งออกเป็น บทนำหรือประเด็นที่จะวิจารณ์เนื้อหา บทสรุป ข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ และเอกสารอ้างอิง

หลักเกณฑ์การอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citations) รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา สามารถทำได้ 3 ลักษณะ คือ

1.1 การอ้างอิงที่ต้องการเน้นเนื้อหาสาระโดยตรงหรือแนวคิดบางส่วนหรือต้องการบอกที่มาอย่างชัดเจน เพื่อให้การอ้างอิงชี้เฉพาะมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

(วรรณิ รัชศิริพงษ์, 2548: 11-13)

(Anderson, 1992: 19)

1.2 การอ้างอิงที่ต้องการอ้างชื่อผู้แต่งเอกสารมากกว่าเนื้อหา ยกตัวอย่างเช่น

สมศักดิ์ ไพบูลย์ (2541: 29)

กรีน และ แม็คครีนเนอร์ (Green & McMeaneer, 1996: 2-6)

1.3 การอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ ให้ใส่ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ โดยระบุให้ทราบหลังชื่อว่าเป็นการสัมภาษณ์พร้อมกับระบุวันที่ ยกตัวอย่างเช่น

(ชวน หลีกภัย, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2555)

(Buch, Interview May 7, 1995)

หากเป็นกรณีที่เป็นการอ้างอิงถึงเอกสารหรืองานนั้นทั้งงานโดยรวม อาจยกเว้นไม่ต้องระบุเลขหน้า ทั้งนี้ควรเป็นการสรุปเนื้อหาหรือแนวคิดทั้งหมดของงานชิ้นนั้นมา

2. การอ้างอิงท้ายเรื่อง (เอกสารอ้างอิง หรือ References)

2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อเรื่อง./ ครั้งที่พิมพ์ (ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

อมรา คัมภีรานนท์. (2540). พันธุศาสตร์ของเซลล์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Whitfield, P. (1998). **Evolution: The greatest ever told**. London: Marshall

2.2 บทความจากหนังสือ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/ (บรรณาธิการ),
ชื่อหนังสือ/(ครั้งที่พิมพ์./เลขหน้า)/สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

เรวัตติ เลิศฤทัยโยธิน. (2541). ข้าวฟ่าง. ใน วาสนา วงษ์ใหญ่, อุดม พูลเกษ และ
วิทยา แสงแก้วสุข (บรรณาธิการ), **พฤษศาสตร์พืชเศรษฐกิจ** (หน้า
20-25).

Roy, A. (1995). Psychiatric emergencies. In H. I. Kaplan (Ed.),
Comprehensive textbook of psychiatry (6th ed., pp. 1739-
1749).

2.3 บทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่ (ฉบับที่),
เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่างเช่น

จรีรัตน์ นามประดิษฐ์ และ มานิตย์ โฆษิตตระกูล. (2545). การเจริญเติบโตของ
ผลกระทบก่อนพันธุ์ปุ๋ยฝ้ายที่ได้รับและไม่ได้รับการห่อ: ลักษณะภายนอก.
วิทยาศาสตร์ มข., 30(3), 199-211.

Klimoski, R., & Palmer, S. (1993). The ADA and the hiring process in
organizations. **Consulting Psychology Journal: Practice and
Research,** 45(2), 10-36.

2.4 บทความในรายงานการประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อการประชุม./เลขหน้าที่ปรากฏ.
สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สุขน ตั้งทวีพัฒนา และ บุญล้อม ชีวะอิสระกุล. (2533). การใช้เมล็ดทานตะวัน เป็นแหล่งโปรตีนและพลังงานในอาหารสัตว์ปีก. ใน **รายงานการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่ 28 (สาขาสัตวศาสตร์และประมง)**, หน้า 47-59. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Henderson, S. (1978). An evaluation of the filter feeding fishes, silver and bighead carp, for water quality improvement. In **Symposium on the Culture of Exotic Fishes**, pp. 121-136. Alabama: Auburn University.

2.5 วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)./ **ชื่อวิทยานิพนธ์./วิทยานิพนธ์/ตัวอย่างปริญญา/จังหวัด/ชื่อสถาบัน.**

ตัวอย่างเช่น

สมพร อินทะกนก. (2548). **การพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยกระบวนการสอนของเฮวินส์.** วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

Nuankoksoong, P. (1998). **Morale of the personnel of the Office of Accelerated Rural Development in the northeast.** Master Thesis in Development Sociology, Graduate School, Khon Kaen University.

2.6 ข้อมูลที่สืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ **ชื่อเอกสาร./สืบค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี,/จาก/แหล่งที่เข้าถึงได้**
ตัวอย่างเช่น

ประสพ รัตนกร. (2548). **ใจเขาใจเรา.** สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.bnn.go.th/files/library/c-a03.htm>

Boyles, S. (2001). **World diabetes day has people pondering their risk**. Retrieved November 16, 2001, from <http://my.webmd.com/content/article/1667.51328>

2.7 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี./วัน/เดือนที่สัมภาษณ์)./ ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี), ชื่อหน่วยงานหรือที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์. **สัมภาษณ์.**

ตัวอย่างเช่น

สมควร ดีประเสริฐ. (2543, 12 เมษายน). ราชภัฏ. หมู่บ้านโนนม่วง ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น. **สัมภาษณ์.**

Chindaprasert, P. (1999, August 20). President. Khon Kaen University. **Interview.**

ปัจจุบันทางวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรธานี ได้พัฒนาคุณภาพวารสารสู่มาตรฐานสากล โดยมีเป้าหมายผลักดันให้ วารสารฯ เข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลกลางในการ รวบรวมและบันทึกข้อมูล การตีพิมพ์/ข้อมูลการอ้างอิงของวารสารระดับประเทศในกลุ่ม อาเซียน เพื่อประโยชน์ในการ สืบค้นผลงานวิจัยของนักวิชาการของ ASEAN รวมทั้ง ข้อมูลการอ้างอิงระหว่างประเทศ สมาชิก จึงกำหนดให้ต้นฉบับบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ ในวารสารฯ ต้องมีการแปลรายการใน เอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษสำหรับ เอกสารอ้างอิงภาษาไทยทุกรายการ โดยยังคงรายการ เอกสารอ้างอิงภาษาไทยไว้ตามเดิม และเรียงลำดับการพิมพ์เอกสารอ้างอิงเรียงตามตัวอักษร ภาษาอังกฤษ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม โดยเข้าไปที่ข้อมูลสำหรับการเขียนรายการ เอกสารอ้างอิง <http://rdi.udru.ac.th/>