

วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการ

Journal of Communication Art Academic

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
Sripatum University Khonkaen

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566



วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการ Journal of Communication Art Academic

วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการเป็นวารสารราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ) ได้แก่ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทรรศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขานิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการสื่อสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด การสื่อสารวัฒนธรรม การสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารกีฬา การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารการเมือง การสื่อสารการแสดง การสื่อสารองค์กร การสื่อสาร ศาสนา การสื่อสารมวลชน การจัดการการสื่อสาร ภาพยนตร์ ภาพนิ่ง ซีรีส์ วาทีวิทยา สื่อดิจิทัล และตาม การพิจารณาของกองบรรณาธิการ เพื่อเผยแพร่ผลงานทางด้านวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษาทั้งในระดับ ปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษานักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจ

โดยบทความที่เสนอต้องเป็นบทความที่ไม่เคยเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น และหากเกิดการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับเนื้อหาและข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่ง ที่ปรากฏในบทความ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้แต่งและผู้แต่งร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว

ทั้งนี้ บทความที่เผยแพร่ทุกบทความต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากผู้ประเมินบทความ (Peer Reviewer) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 2 ท่าน ต่อ 1 บทความ ซึ่งทั้งผู้ประเมินบทความ และ ผู้แต่งจะไม่ทราบชื่อซึ่งกันและกัน (Double-blind Peer Reviewer) โดยกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ใน การพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร

กองบรรณาธิการ วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

มหาวิทยาลัยวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

Email: journal.ca@spu.ac.th

เจ้าของ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.จรรยา พุคยาภรณ์
อาจารย์สมเจตน์ ยามาเจริญ

บรรณาธิการ : ดร.ประกายใจ อรจันทร์

บรรณาธิการภาษาอังกฤษ : รศ.ปัทมา สุวรรณภักดี
อาจารย์กะรัตพลอย ถ้ำแก้ว ศิลปะอุไร

กองบรรณาธิการ :

ผศ.ดร.พรทิพย์ เย็นจะบก	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
ผศ.ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ดร.จารุวรรณ นิธิไพบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ
ดร.บัญญัติ พูลทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.รศิกา อังกูร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ดร.ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
ดร.ประกายใจ อรจันทร์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

ผู้จัดการ : อาจารย์มนชญา สระบัว

ฝ่ายระบบออนไลน์ : อาจารย์กฤติกร วิษัฒตรตระกูล

กำหนดออกเผยแพร่ :

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

บทบรรณาธิการ

วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการ (Journal of Communication Art Academic) เป็นวารสารราย 6 เดือน ออกปีละ 2 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทรรศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขานิเทศศาสตร์ เพื่อเป็นการยกระดับศักยภาพทางวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา และหวังจะเป็นสื่อกลางแห่งการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่สามารถค้นคว้า ถ่ายทอด และยอดต่อศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ในระดับต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย เพื่อให้เกิดการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการบูรณาการการพัฒนาตามสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ วารสารนิเทศศาสตร์วิชาการได้เปิดรับบทความที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการสื่อสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด การสื่อสารวัฒนธรรม การสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารกีฬา การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารการเมือง การสื่อสารการแสดง การสื่อสารองค์กร การสื่อสารศาสนา การสื่อสารมวลชน การจัดการการสื่อสาร ภาพยนตร์ ภาพนิ่ง ซีรีส์ วาทิตยา สื่อดิจิทัล โดยกองบรรณาธิการให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ตรงสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double blind peer review)

กองบรรณาธิการวารสารนิเทศศาสตร์วิชาการ ขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษา ที่ส่งบทความร่วมตีพิมพ์ในครั้งนี้ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเนื้อหาในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน หากท่านมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวารสารให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการขอน้อมรับด้วยความขอบคุณยิ่ง

ประกายใจ อรจันทร์

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ศ.กิตติคุณ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ
ศ.กิตติคุณ รุ่งนภา พิตรปรีชา
ศ.ดร.ปิยะ พงศาพิทักษ์สันติ
รศ.ดร.ธาดารี ไต้ฟ้าพูล
รศ.ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์
รศ.ดร.สุธรรม ธรรมทัศนานนท์
รศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ
รศ.แอนนา จุมพลเสถียร
รศ.ปัทมา สุวรรณภักดี
รศ.กิติมา สุรสนธิ
ผศ.ดร.ประกอบเกียรติ อัมศิริ

ผศ.ดร.ปัทมา สารสุข
ผศ.ดร.พชรไพ ประภัสสร
ผศ.ดร.พจนา ฐูปแก้ว
ผศ.ดร.พิรุณ โอฬารพันธ์
ผศ.ดร.ธมนพัชร ศรีชะพลภูสิทธิ
ผศ.ดร.สมศักดิ์ คล้ายสังข์
ผศ.ดร.ขาม จาตุรงค์กุล
ผศ.จากรุวรรณ กมลสินธุ์
ผศ.วรรณิ งามขจรกุลกิจ
ผศ.ชาริติ ขวัญเมือง
ผศ.วาลูกา เอ็มเอก
ผศ.ชิงชัย ศิริธร
ดร.ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข
ดร.ชมภูษ สุนทรนนท์
ดร.วรางคณา นิยมฤทธิ์
ดร.นครินทร์ ทั้งทอง
ดร.พิมพ์นารา บรรจง

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ดร.ญาณิศา ยานะธรรม
ดร.รัศมีมัลย์ เกียวศรีกุล
ดร.ดารณี ชัยญูสิริ
ดร.กฤษณะ เชื้อชัยนาท
ดร.อัทนัย สายรัตน์
ดร.พระครูปลัดอู๋ทัย รตนปญโญ

ดร.ชัชชัย กลั่นความดี
ดร.อริศรา วิภาตะวัต

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
นักวิชาการอิสระ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
นักวิชาการอิสระ

สารบัญ

หน้า

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีสวนได้ส่วนเสียโครงการ โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย” : วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล อธิพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ และหัสพร ทองแดง	1-10
การบริหารสื่อในยุคดิจิทัล : ความท้าทายและโอกาส : สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล	11-17
การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนธรมตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) : ชวัญชีวา ไตรพิริยะ มณีรัตน์ ภาวนันท์ จินตนา แสงดี กมลวรรณ เฉลิมบุญ และอังคณา สิริตตานุกุลศิริ	18-32
การสร้างสรรค์และการผลิตสื่อโฆษณา ณ จุดขายให้แก่ร้าน “โจ๊กป่าแมว” : อรุณวรรณ ชาญชลยุทธ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ และสุนรี วงศ์หาญ	33-47
การรอบำทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร : ศุภโชคชัย นันทศรี พุฑราไพ ประภัสสร วนัสนันท์ นุชนารถ และธนัฐนสร ชัยรักษนิธิภัทร	48-61
การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น : สมเจตน์ ยามาเจริญ	62-73

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย”

Research methodological concepts designed in research on The Communication Model to Establish Collaboration among Stakeholders of Community Power Plants for Foundation Economy Projects in Northern Thailand

วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล^{1*} ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์² และหัสพร ทองแดง³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย” โดยที่การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แหล่งข้อมูลเชิงคุณภาพจากเอกสารใช้วิธีการประเมินคุณค่าเอกสารด้วยวิธีการวิพากษ์ภายใน ส่วนแหล่งข้อมูลเชิงคุณภาพจากบุคคล กำหนดขนาดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพตามแนวคิดของ Saaty, Delbecq, et al. และ Näyhä พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมควรมีขนาดที่ 9 – 23 คน และการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณมีจำนวน 400 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางเครจซี่และมอร์แกน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยอาศัยความน่าจะเป็น ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์สาระสำคัญเพื่อบรรยายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอ้างอิงใช้การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพหุคูณ รวมทั้งใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า

คำสำคัญ: การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การเลือกแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

¹นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

²รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขานิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³อาจารย์ ดร. หลักสูตรนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*ผู้ประสานหลัก wisitg@gmail.com

This article aims to present a research methodology on "Communication model to Establish Collaboration among Stakeholders of Community Power Plants for Foundation Economy Projects in Northern Thailand". This research uses a mixed method of qualitative and quantitative methodologies. Qualitative data sources from the document use the method of evaluating the value of the document by internal critique method, while qualitative data sources from individuals determine the size of the key contributors in the qualitative research section according to the concepts of Saaty, Delbecq, et al., and Näyhä found that the appropriate key contributors should be 9 – 23 people in size, and the sampling used a specific random method, while the sample in quantitative research amounted to 400 people. While qualitative data analysis uses analytical descriptive methods in combination with content analysis and material analysis to describe the events that occurred. While quantitative data analysis uses descriptive statistics, frequency, percentage, average, and standard deviations are obtained. Reference statistics use simple regression analysis and multiple regression analysis, as well as using triple validation.

Keywords: Research Methodology, Purposive Sampling, Multistage Sampling

บทนำ

การวิจัย (Research) คือกระบวนการค้นคว้าหาความรู้หรือหาคำตอบตามวัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบบนฐานของทฤษฎี และเพื่อให้ได้ความรู้หรือคำตอบที่น่าเชื่อถือ การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเพราะเป็นการวางแผนและออกแบบเพื่อกำหนดวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบเพื่อให้แน่ใจว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้และตรงกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Derek Jansen & Kerryn Warren, 2020) ซึ่งในรายงานการวิจัยหรือในวิทยานิพนธ์ บทความในวารสารวิชาการ หรืองานวิจัยที่เป็นทางการอื่น ๆ จะพบบทที่รายงานเกี่ยวกับวิธีการวิจัยที่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ และในบทระเบียบวิธีวิจัยที่ดีในวิทยานิพนธ์จะไม่ได้อธิบายเพียงว่าเลือกวิธีใด แต่ยังอธิบายถึงสาเหตุที่เลือกใช้วิธีนั้น เช่น การเลือกวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่ดีนั้น จะอธิบายถึงเหตุผลที่เลือกใช้วิธีนั้น ๆ ด้วยเช่นกัน ซึ่งกล่าวได้ว่าการเขียนรายงานการวิจัยในบทที่ว่าด้วยระเบียบวิธี จะแสดงให้เห็นว่าวิธีการและเทคนิคที่เลือกใช้ในงานนั้นมีความเหมาะสมที่สุด สำหรับจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสามารถให้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ เพราะระเบียบวิธีวิจัยที่ดีมีประสิทธิภาพ จะให้ผลการวิจัยที่ถูกต้องตามหลักของกระบวนการ

แสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ในขณะที่ระเบียบวิธีวิจัยที่ไม่มีประสิทธิภาพจะให้ผลการวิจัยในทางตรงกันข้าม

จุดเริ่มต้นของการออกแบบระเบียบวิธีวิจัย คือ การพิจารณาและประเมินถึงภาพรวมของงานวิจัยก่อนที่จะตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบระเบียบวิธีวิจัย และสิ่งแรกที่ผู้วิจัยต้องตระหนักก็คือต้องเข้าใจให้ได้ว่างานวิจัยมีลักษณะอย่างไร มีวัตถุประสงค์อย่างไร และเป็นการวิจัยในสาขาอะไร รวมทั้งการเก็บข้อมูลในลักษณะใด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลอย่างเพียงพอที่จะสามารถตัดสินใจเลือกและออกแบบระเบียบวิธีวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดในการวิจัยและสามารถทำงานวิจัยเสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบได้กับการสร้างที่อยู่อาศัย ซึ่งต้องการพิมพ์เขียวที่ผ่านการคิดและออกแบบมาอย่างดีและจัดทำโดยสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในทำนองเดียวกันผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบการวิจัยหรือวางแผนล่วงหน้าในการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์สำหรับโครงการวิจัยนั่นเอง ในขณะที่การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชนและชุมชน 2) รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการกับชุมชน 3) ปัจจัยบริบทการสื่อสาร สังคม และวัฒนธรรมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งผลต่อความร่วมมือของผู้ประกอบการกับชุมชนในโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย และ 4) แนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสารของผู้ประกอบการกับชุมชนที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย และเมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อจะพบว่า เป็นการศึกษาที่ต้องการหาคำตอบทั้งในแบบเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนั้น การออกแบบการวิจัยครั้งนี้จึงเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ซึ่งเหตุผลในการเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีนั้นมีจุดเริ่มต้นในการพิจารณาโดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาบริบทของงานวิจัยและเชื่อมโยงกับปรัชญาและกระบวนทัศน์การวิจัยดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาการวิจัย

การวิจัยเป็นองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์หรือวิธีการที่ใช้ในการแสวงหาความรู้และแสวงหาคำตอบในสิ่งที่มนุษย์สงสัย การแสวงหาความรู้ด้วยการวิจัยจะมีการวางแผนอย่างเป็นลำดับขั้นตอนหรือมีลักษณะเป็นกระบวนการ ซึ่งความรู้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งจากในอดีตจนถึงปัจจุบันเกิดจากกระบวนการวิจัยทั้งสิ้น ดังนั้น การเรียนวิชาวิจัยจึงเป็นการเรียนที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาด้านกระบวนการคิดและการวิเคราะห์ในเรื่องราวต่าง ๆ อย่างเป็นระบบมีเหตุผลนั่นเอง และการกำหนดรูปแบบหรือการออกแบบการวิจัย ผู้วิจัยต้องพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการค้นคว้าและพิจารณาเกี่ยวกับปรัชญาและกระบวนทัศน์การวิจัย เพราะจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบการวิจัย หรือกำหนดระเบียบวิธีวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“ปรัชญา” เป็นวิชาที่ว่าด้วยหลักแห่งความรักทางปัญญา หรือความรักในการแสวงหาความรู้ และความจริง หมายความว่า ปรัชญามีแรงบันดาลใจในการสืบเสาะหาความรู้เกี่ยวกับความจริงของสรรพสิ่ง ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งแนวทางเบื้องต้นของมนุษย์ที่ใช้ค้นหาความจริงเกี่ยวกับโลกและชีวิต การตั้ง

คำถามกับทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สงสัย จากนั้นจึงใคร่ครวญพิจารณาหาคำตอบโดยกระบวนการวิจารณ์ญาณ (ชไมพร กาญจนกิจสกุล, 2562, น. 5) ส่วน “ปรัชญาการวิจัย” เป็นแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการค้นคว้าหาคำตอบหรือคำอธิบายให้แก่คำถามเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กระบวนการค้นหาคำตอบที่เป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการ และการวิจัยนั้นจำเป็นต้องเป็นกระบวนการที่มีระบบและต้องอยู่บนพื้นฐานของหลักการและวิธีดำเนินการที่มีเหตุและผล (ชาย โพธิสิตา, 2547) ปรัชญาการวิจัยจะมีที่มาจากแนวคิด 2 แบบ ได้แก่ แนวคิดแบบปฏิฐานนิยม (Positivism) และแนวคิดแบบปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ดังนี้

ปรัชญาการวิจัยตามแนวคิดแบบปรากฏการณ์นิยม ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ (2562, น.6-7) กล่าวว่า เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์ (Social actor) ในฐานะของแหล่งที่มาของความรู้และความหมายต่าง ๆ ในสังคม โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ในชีวิตที่บุคคลได้ประสบ (Life-world) และ “ประสบการณ์ร่วม” หรือ “การรับรู้ร่วม” มีความเชื่อว่าความรู้/ความจริงเป็นอัตวิสัย และขึ้นอยู่กับบริบทหรือแหล่งที่มาของความรู้/ความจริงนั้น ใช้วิธีการหาความรู้แบบอุปนัย (Inductive) ซึ่งเริ่มต้นจากข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะ (Particular) ไปสู่ข้อสรุปซึ่งมีลักษณะทั่วไป (Universal) วิธีการดังกล่าวเป็นพื้นฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพในที่สุด (Qualitative Research) ในขณะที่ปรัชญาการวิจัยตามแนวคิดแบบปฏิฐานนิยม มีสาระสำคัญคือ ให้ความสำคัญในข้อเท็จจริงเชิงวัตถุวิสัย (Objective) และเชื่อว่าปรากฏการณ์ทุกอย่างต้องมิใช่สาเหตุ อีกทั้งความรู้ความจริงต่าง ๆ ต้องสามารถวัดและประเมินได้ การแสวงหาความรู้จะใช้วิธีการหาความรู้แบบนิรนัย (Deductive) เป็นหลัก เริ่มต้นจากข้ออ้างซึ่งมีลักษณะทั่วไป (Universal) ไปสู่ข้อสรุปซึ่งมีลักษณะเฉพาะ (Particular) (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2562, น.6-7) วิธีการดังกล่าวเป็นพื้นฐานของการวิจัยเชิงปริมาณในที่สุด (Quantitative Research)

อย่างไรก็ตาม การวิจัยในบางประเด็นอาจจะไม่สามารถได้คำตอบตามที่ผู้วิจัยต้องการได้อย่างครบถ้วน หากทำการวิจัยโดยยึดตามปรัชญาการวิจัยแบบใดแบบหนึ่ง ดังนั้น กระบวนการวิจัยจึงถูกพัฒนาโดยผสมผสานปรัชญาการวิจัยทั้ง 2 แนวคิดเข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน หรือการวิจัยแบบผสมวิธีในที่สุด (Mixed Method Research) นอกจากนี้แล้วปรัชญาการวิจัยทั้ง 2 รูปแบบยังเป็นแนวคิดสำคัญต่อกระบวนการทัศนการวิจัยที่หลากหลายเช่นกัน

แนวคิดการออกแบบการวิจัย

การออกแบบการวิจัยเป็นแนวคิดและหลักการว่าด้วยเรื่องของการออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งเปรียบได้กับการออกแบบสร้างชิ้นงาน ซึ่งต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมการอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ต้องมีการกำหนดเงื่อนไขและพิจารณาประเมินปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล ซึ่งก็คือการจัดเตรียมการออกแบบโครงการวิจัย โดยการวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับวิธีการที่จะนำมาใช้เพื่อการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเทคนิคที่จะใช้ในการวิเคราะห์ (C.R. Kothari, 2004) ทั้งนี้ Kerlinger (1973) เคยให้ความหมายไว้ว่า “การออกแบบการวิจัย” หมายถึง การกำหนดแผนงาน (Plan) กำหนดโครงสร้าง (Structure) และกลยุทธ์ (Strategy) ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ ในขณะที่ Claire Selltitz (1964) กล่าวว่า “การ

ออกแบบการวิจัย” หมายถึง การจัดการกับเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีการที่ประหยัด ซึ่งการออกแบบการวิจัยก็คือภาพรวมของการกำหนด “ระเบียบวิธีวิจัย” และในการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักถึงและนำมาพิจารณาร่วม คือ บริบทของการวิจัย โดยที่การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย” เกิดจากแนวคิดที่ตระหนักถึงความสำคัญของพลังงานไฟฟ้า และการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นหาคำตอบที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการวิจัยมุ่งเน้นให้ได้คำตอบหรือข้อมูลใน 2 ลักษณะ ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพนำการวิจัยเชิงปริมาณตาม เป็นการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการจัดวางการศึกษาแนวคิดและตัวแปรด้วยกระบวนการทศนัฏการณินิยมที่ใช้วิธีการเชิงคุณภาพเป็นลำดับแรก แล้วจัดวางการศึกษาแนวคิดและตัวแปรด้วยกระบวนการทศนัฏการณินิยมที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (ณัฐจิวินน์ สุทธิโยธิน และหัสพร ทองแดง, 2563)

การวิจัยในประเด็นดังกล่าวนี้ ข้อมูลเชิงคุณภาพจะเป็นข้อมูลที่เป็นคำตอบเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการสร้างความตระหนักรู้ ความรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม ความเชื่อมั่น การยอมรับ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความไว้วางใจ ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ระดับความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับชุมชน ระดับความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน และข้อมูลจากการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยบริบทการสื่อสาร สังคม และวัฒนธรรมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความร่วมมือของผู้ประกอบการกับชุมชน และแนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสารของผู้ประกอบการกับชุมชนที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้บริบทของงานวิจัยแล้วยังจำเป็นต้องคำนึงถึงขอบเขตการวิจัยเพื่อกำหนดเฉพาะเจาะจงเพื่อสามารถหาคำตอบได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยเป็นการกำหนดกรอบในการดำเนินวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยให้เฉพาะเจาะจง ประกอบไปด้วย 4 ขอบเขตด้วยกัน ได้แก่ 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา หมายถึง ศึกษาในส่วนของเนื้อหาสาระที่มีความครอบคลุมตามปัญหาการวิจัยและวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ ศึกษาประเด็นหลัก 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ศึกษาแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชนและชุมชน (2) ศึกษาแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการกับชุมชน (3) ศึกษาปัจจัยการสื่อสาร บริบททางสังคม และวัฒนธรรมระหว่างผู้ประกอบการกับประชาชนในโครงการโรงไฟฟ้าชุมชน (4) แนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการกับชุมชนในการดำเนินโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย 2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายถึง ผู้ที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามเนื้อหา โดยการใช้คำว่า “ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง”

เป็นการใช้กับการวิจัยเชิงปริมาณ ส่วนคำว่า “ผู้ให้ข้อมูลหลัก” เป็นการใช้กับการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มที่ 1 คณะกรรมการฝ่ายวางแผนนโยบายด้านพลังงานทางเลือก กลุ่มที่สอง ประชากรในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่กับการสร้างความร่วมมือในการดำเนินโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนในเขตภาคเหนือของประเทศไทย 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละปรากฏการณ์ มีปัจจัยที่สัมพันธ์กับพื้นที่ ซึ่งมีความสำคัญต่อการวิจัย เพราะเป็นตัวกำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลการศึกษาวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง และ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ทำให้ได้ข้อมูลตรงตามการศึกษาวิจัย เขตพื้นที่ดำเนินการโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนโดยกระทรวงพลังงาน การไฟฟ้าฝ่ายผลิต ผู้ประกอบการโรงไฟฟ้าชุมชนขนาดเล็กมาก (VSPP) และชุมชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากโครงการโรงไฟฟ้าชุมชน โดยศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือจำนวน 20 จังหวัด อีกทั้งยังมีโรงไฟฟ้าชีวมวลต้นแบบที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ และ ปริมาณพื้นที่ที่มีศักยภาพจำนวน 302 แห่ง จากการสำรวจพื้นที่ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (ข้อมูลการตรวจสอบศักยภาพระบบโครงข่ายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค) 4) ขอบเขตด้านเวลา หมายถึง การศึกษาวิจัยต้องกำหนดขอบเขตของเวลา เพราะการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจใช้ได้และเป็นจริงในขณะเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล โดยเฉพาะการสำรวจทัศนคติ หรือ สอบถามความคิดเห็นของประชาชน เมื่อเวลาเปลี่ยนไป ความคิดเห็นและทัศนคติอาจจะเปลี่ยนแปลงด้วย (กานต์ บุญศิริ, 2563) มุ่งศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2565 – สิงหาคม 2565

แนวคิดการออกแบบระเบียบวิธีวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยและบริบทการวิจัย การวิจัยครั้งนี้จึงใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) แนวคิดโครงการโรงไฟฟ้าชุมชน โดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค 2) หลักเกณฑ์และระเบียบคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ว่าด้วยการจัดหาไฟฟ้าจากผู้ผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กมาก โครงการโรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (โครงการนำร่อง) และ วิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบซ้ำตัวแปร ยืนยันข้อค้นพบจากการวิจัย เพื่อให้มองเห็นภาพชัดเจนขึ้น และ เข้าใจได้อย่างลึกซึ้ง (R. Burke Johnson, Anthony J. Onwuegbuzie, and Lisa A. Turner, 2007 p 112-133) โดยการแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อปรับปรุงตัวแปรที่นำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม และ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 และ ระยะที่ 2 ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3-4 ด้วยวิธีการดังนี้

การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพในงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Saaty (1970) ซึ่งได้ทำการทดลองเพื่อหาขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยได้นำเสนอขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมควรมีขนาดที่ 17 คน ซึ่งสอดคล้องและใกล้เคียงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Delbecq, et al. (1975) ที่พบว่า ขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมที่สุดคือ 7 – 21 คน และใกล้เคียงกับ Näyhä (2014) ได้นำเสนอขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักไว้ที่ 9 – 23 คน ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในการตัดสินใจกำหนด

ระเบียบวิธีวิจัยจะมีแนวคิดและทฤษฎีมารองรับเสมอ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีประเด็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับเนื้อหา และจริยธรรมของคำถามวิจัย แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือสำหรับหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ ที่ 1-2 และ 4 คือ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการดำเนินโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนในประเทศไทยของภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์นั้นถามในประเด็นที่เกี่ยวกับ ประเด็นสาร การนำเสนอสาร ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ การยอมรับ การมีส่วนร่วมตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ได้แก่ นโยบาย การกำหนดระเบียบและเกณฑ์การอนุญาตจัดตั้งโรงไฟฟ้า ความเหมาะสมของพื้นที่ในการจัดตั้งโรงไฟฟ้า การเปิดเวทีเสวนา การเยี่ยมชมโรงไฟฟ้าต้นแบบ การสาธิตการปลูกพืชพลังงาน ตลอดจนประโยชน์ ผลกระทบ และ ความคาดหวังจากประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการโรงไฟฟ้าชุมชนในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนของการวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยาย (Descriptive Analysis) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ การวิเคราะห์แก่นสาระสำคัญ (Thematic Analysis) ขั้นแรกผู้วิจัยทำการจัดข้อมูลออกตามประเภทข้อมูล (Type) จากนั้นทำการจัดกลุ่มข้อมูลออกเป็นกลุ่ม (Category) และสร้างข้อสรุปเป็นประเด็นที่ละเอียด ประเด็น จนครบทุกหัวข้อ ต่อจากนั้นแต่ละประเด็นมาสร้างข้อสรุปรวม จะเห็นได้ว่าในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะใช้วิธีการผสมผสานที่หลากหลายเพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมมากที่สุด

ส่วนการดำเนินการวิจัยในส่วนการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย อยู่บนพื้นฐานของการคัดเลือกประชากรที่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ยึดหลักตามการแบ่งพื้นที่ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตามแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก AEDP-2018 ซึ่งมีพื้นที่ศักยภาพในแต่ละภาคมีจำนวนแตกต่างกันตามสายส่งที่การไฟฟ้าฝ่ายภูมิภาคได้ดำเนินการติดตั้งเรียบร้อยแล้ว โดยศึกษาวิจัยครั้งนี้ในพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 20 จังหวัด ซึ่งมีพื้นที่ในการดำเนินโครงการได้จำนวน 302 แห่ง (ข้อมูลการตรวจสอบศักยภาพระบบโครงข่ายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่สามารถจัดตั้งโรงไฟฟ้าชุมชนขนาดเล็ก) และมีโรงไฟฟ้าต้นแบบที่ได้ดำเนินการโดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนตามความน่าจะเป็น (Multi-stage Random Sampling) โดยการแยกจังหวัดตามรายภาค ตามการแบ่งของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สุ่มเลือกจังหวัดในเขตพื้นที่ภาคเหนือตามพื้นที่ศึกษา หลังจากนั้น จัดการสุ่มรายชื่ออำเภอตามที่มีอยู่ในบัญชีของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และสุ่มเลือกเฉพาะ ตำบลที่มีพื้นที่ที่มีศักยภาพในการตั้งโรงไฟฟ้าชุมชน และมีกำลังการผลิตไม่น้อยกว่า 3 เมกกะวัตต์ เพื่อเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ตำบล แต่ละตำบล จำนวน 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง ตามตารางหาไร์ ยามาเน่ หรือตารางเครจซี่และมอร์แกน ในขณะที่เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อหาคำตอบวัตถุประสงค์ที่ 3-4 คือ เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสาร

บริบททางสังคม และวัฒนธรรม ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งผลต่อความร่วมมือในการดำเนินโครงการฯ โดยกำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ทรงคุณวุฒิ ช่วยตรวจสอบ เพื่อหาค่าความสอดคล้อง ความเที่ยง ความตรง ของวัตถุประสงค์กับเนื้อหา (IOC) มากกว่า 0.5 ส่งตรวจจริยธรรมของคำถาม และ นำเครื่องมือไปทดสอบ (Try out) อีกครั้ง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) มากกว่า 0.7 และดำเนินการรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม ดำเนินการโดยผู้วิจัยชี้แจงและซักซ้อมทำความเข้าใจจุดมุ่งหมายของการวิจัย จากนั้นจึงส่งทีมงานออกแจกแบบสอบถามในพื้นที่เป้าหมายที่กำหนด รวมถึงเน้นย้ำให้ทีมงานให้คำอธิบายกรณีผู้ตอบแบบสอบถามเกิดข้อสงสัย โดยใช้กระบวนการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎีการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion and Adoption of innovation) โดยมีประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากชุมชน เช่น สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน กองทุนหมู่บ้าน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ศักยภาพในการจัดตั้งโรงไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลประมาณ 400 คน ใน 4 ตำบลภาคเหนือ (แบ่งตามพื้นที่ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อสมมุติฐาน 3 ข้อ ดำเนินการทดสอบโดยใช้สถิติอ้างอิงผ่านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ซึ่งมีจำนวนหลายตัวแปรและปัจจัยของตัวแปรแต่ละตัวที่มีแนวโน้มส่งผลต่อการให้ความร่วมมือทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ถดถอยยังให้ความสำคัญกับเงื่อนไขอย่างอย่างรัดกุม โดยในระหว่างการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการวิจัยครั้งนี้ยังประเมินถึงปัญหาการที่ตัวแปรอิสระอาจมีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูง หรือ การเกิดปัญหา Multi Collinearity ดังนั้นจึงวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าวนี้ด้วยเช่นกันโดยพิจารณา ค่า VIF และ ค่า Tolerance นอกจากนี้แล้วการวิจัยครั้งนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเป็นแนวทางการยืนยันความน่าเชื่อถือ (Credibility, Validity) ของข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ โดยการใช้ระเบียบวิธีการวิจัยในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน เช่น ระเบียบวิธีวิจัย (Research method triangulation), ทฤษฎี (Theoretical triangulation), ผู้วิจัย (Researcher triangulation), ข้อมูล (Data triangulation)

บทสรุป

จากบริบทของการวิจัยซึ่งมุ่งเน้นให้ได้คำตอบอย่างรอบด้าน การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย” จึงถูกออกแบบเป็นการวิจัยแบบผสานวิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเป็นการผสมผสานปรัชญาการวิจัยทั้งจากแนวคิดแบบปรากฏการณ์นิยมและจากแนวคิดแบบปฏิฐานนิยม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะได้ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ บนพื้นฐานของขอบเขตการวิจัยที่กำหนดอย่างชัดเจนถูกต้อง โดยที่

ข้อมูลเชิงคุณภาพจะสามารถตอบวัตถุประสงค์ที่ 1, 2 และ 4 ในขณะที่ข้อมูลเชิงปริมาณจะสามารถตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 และ 4

ข้อเสนอแนะ

บทความวิชาการครั้งนี้ ผู้อ่านและผู้วิจัยรวมทั้งผู้ที่สนใจควรนำไปวิเคราะห์และใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบงานวิจัย โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับบริบทการวิจัยซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมกับงานวิจัย ทั้งการคัดเลือกประชากร กลุ่มเป้าหมาย การออกแบบเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะนำไปสู่การได้คำตอบของการวิจัยที่ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

บรรณานุกรม

- กานต์ บุญศิริ. (2563). หลักการเขียนโครงร่างการวิจัยด้านนวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ใน *แนวการศึกษาชุดวิชา ดุษฎีนิพนธ์ นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น* (ประเด็นสาระที่ 4) นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช น.4-9.
- ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, หัสพร ทองแดง, (2563). หลักการออกแบบการวิจัยด้านนวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ใน *แนวการศึกษาชุดวิชา ดุษฎีนิพนธ์ นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น* (ประเด็นสาระที่ 2) นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. น.2-32.
- ชาย โพธิ์สีดา, (2547) *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล, (2562). *เอกสารการสอน ปรัชญาการวิจัยและจรรยาบรรณการวิจัย*. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, (2562). *เอกสารการสอน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)*. คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Claire Selltiz. (1964). *RESEARCH METHODS IN SOCIAL RELATIONS*. Publisher by Holt, Rinehart, and Winston.C.R. Kothari. (2004). *Research Methodology: Method and Techniques*. New Age International (P) Ltd., Publishers Published by New Age International (P) Ltd., Publishers 4835/24, Ansari Road, Daryaganj, New Delhi – 110002 ISBN (13): 978-81-224-2488-1.
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program Planning: A guide to nominal group and Delphi processes*. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.
- Derek Jansen & Kerry Warren. (2020). *What (Exactly) Is Research Methodology?* April 9th, 2022, from <https://gradcoach.com/what-is-research-methodology/>

- Kerlinger. (1973). *Foundations of Behavioral Research*. 2nd edition. Publisher by Holt, Rinehart and Winston Näyhä. (2014). *Method and Application*. School of Forest Sciences. Joensuu: University of Eastern Finland.
- R. Burke Johnson, Anthony J. Onwuegbuzie, & Lisa A. Turner. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research Volume 1 Number 2 April 2007* Sage Publications, DOI 10.1177/1558689806298224 p.112-133.

การบริหารสื่อในยุคดิจิทัล : ความท้าทายและโอกาส

Media management in the Digital Age: Challenges and Opportunities

สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์¹ และตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล^{2*}

บทคัดย่อ

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคดิจิทัล ซึ่งมีการพัฒนาและพลวัตอย่างรวดเร็วส่งผลให้การบริหารสื่อมีความแตกต่างจากยุคดั้งเดิม ทั้งในเชิงรูปแบบการนำเสนอ เทคโนโลยี และเนื้อหาของประเด็น ด้วยเหตุนี้งานศึกษานี้จึงมุ่งพิจารณาแนวทางการบริหารสื่อในยุคดิจิทัลว่ามีลักษณะแบบใด เพื่อจะศึกษาถึงความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และโอกาสที่สื่อดิจิทัลจะสามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ในกระแสของความเปลี่ยนแปลง ในแง่แล้วการปรับตัวของสื่อเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เห็นถึงการบริหารสื่อในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการวางนโยบายการบริหารสื่อที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสื่อก็เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การวางแผนเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อไป อีกทั้งหากเราเข้าใจถึงรูปแบบการนำเสนอ เทคโนโลยี และเนื้อหาในการบริหารสื่อยุคดิจิทัลก็ยิ่งทำให้เราสามารถวิเคราะห์แนวทางการบริหารสื่อได้ตรงเป้าหมายได้อีกด้วย

คำสำคัญ : การบริหารสื่อ สื่อดิจิทัล ความเปลี่ยนแปลงของสื่อ

Abstract

Among the dynamic development of media in the digital age results in the management of media which is different from the traditional era, in terms of presentation style, technology and content of the issue. For this reason, this study aims to examine the elements of media management and to study the future challenges and opportunities for endless changes of digital media. In this case, media adaptation plays an important role in effective media management in the digital age. Including policy planning of media management, it should be in line with the consumer's needs which will support the success of the policies. In addition, if the form of presentation, technology and content in media management are commonly

Acknowledged, it will enable to effectively analyze the media management approach to achieve the goals.

¹รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²อาจารย์ ดร. สาขาดิจิทัลทีวีและสื่อออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

*ผู้ประสานงานหลัก Trirath.pl@spu.ac.th

Keywords: Media Management, Digital Media, Media Change

บทนำ

สื่อในยุคปัจจุบันเกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันสืบเนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาไปรวดเร็ว ตลอดจนระบบดิจิทัลเชื่อมโยงกับโครงข่ายการสื่อสารความเร็วสูงทำให้อุปกรณ์การสื่อสารมีศักยภาพเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากอุปกรณ์มีไว้ใช้เพื่อการสนทนาแล้วยังสามารถเปิดรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงไว้บนแพลตฟอร์ม (Platform) เดียวกัน จนกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเกิด “ข่าว” ได้ทุกที่ทุกเวลา และเปิดช่องทางให้ผู้รับสารเข้าถึงเนื้อหาได้สะดวก รวดเร็ว โดยไม่ต้องรอการตีพิมพ์ ข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ เหมือนดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้แนวทางการบริหารจัดการสื่อในยุคดิจิทัลมีความแตกต่างจากยุคสื่อดั้งเดิมในอดีตที่ผ่านมาอย่างเด่นชัด ทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร หรือแม้แต่ประเด็นเนื้อหาต่างๆ ที่ต้องถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้อรรถประโยชน์และความต้องการของผู้รับสาร จะเห็นว่าในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2563-2565 ที่ผ่านมามีในประเทศไทย เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านธุรกิจสื่ออย่างมาก เริ่มตั้งแต่ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของผู้รับสารที่มีต่อสื่อใหม่ จนสื่อรูปแบบเดิมต้องปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเพิ่มขึ้นของการรับสื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน เป็นผลให้การรับชมสื่อโทรทัศน์ในไทยลดลง อีกทั้งผลกระทบต่อสื่ออื่น ๆ เช่น ทีวีดิจิทัล นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ปรากฏการณ์เหล่านี้ไม่เพียงเกิดขึ้นแค่ในประเทศไทยเท่านั้น ยังคงเป็นความท้าทายที่นักการตลาดและนักโฆษณาทั่วโลกที่ต้องเผชิญและปรับตัวให้ได้

โดยการเปลี่ยนผ่านที่องค์กรสื่อในยุคดิจิทัลเริ่มปรับตัว และมีการวางแผน ตลอดจนแนวทางด้านยุทธศาสตร์เพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล แสดงให้เห็นว่าองค์กรสื่อในยุคนี้ล้วนไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนา สำหรับการปรับเปลี่ยนการบริหารองค์กรสื่อของแต่ละแห่งล้วนมีวิธีการแตกต่างกัน เพื่อแตกกลุ่มธุรกิจไปสู่สื่อดิจิทัล Tichy และ Devanna (1986), Kotter (1999) และ Litwin (1992) เรียกปรากฏการณ์นี้ว่าเป็นการบริหารจัดการองค์กรสื่อ เป็นการพัฒนาองค์กรโดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน เพื่อให้องค์กรธุรกิจมีความแตกต่าง

ด้วยเหตุนี้งานศึกษานี้จึงมุ่งพิจารณาศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการ และแนวทางการบริหารสื่อดิจิทัลว่ามีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบใด ตลอดจนความท้าทาย อุปสรรค และโอกาสของการบริหารสื่อดิจิทัลภายใต้สถานการณ์การปรับตัวทางสังคม นวัตกรรมสื่อสาร และอีกหลากหลายปัจจัย เพื่อจะสามารถจัดการและวางหลักของกลยุทธ์ สำหรับการบริหารสื่อในยุคดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพได้ต่อไปในอนาคต

การบริหารองค์กรสื่อดิจิทัลในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง

สำหรับการบริหารสื่อดิจิทัลให้สามารถอยู่รอดและเพื่อโอกาสในการสร้างรากฐานให้สื่ออื่นๆ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึง “องค์กรสื่อ” ซึ่งเพื่อพิจารณาการบริหารองค์กรสื่อในยุคดิจิทัลให้อยู่รอด และ

สร้างผลทางการตลาดตลาดจนผลกำไรเพื่อขยายกิจการ องค์กรสื่อดิจิทัลย่อมจะต้องมีการปรับตัวและแข่งขันในยุคดิจิทัล Denis McQuail (2010) อธิบายแนวทางการพัฒนาองค์กรสื่อ ดังนี้

1. องค์กรสื่อต้องพัฒนาไปในทิศทางเดียวกับระบบดิจิทัล (Digitalization) จะพบว่าในยุคสื่อดิจิทัลล้วนแต่มีแนวทางในการพัฒนาการถ่ายทอดสื่อภายใต้รูปแบบการสื่อสารแบบดิจิทัลเพื่อประสิทธิภาพและความรวดเร็ว เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง ThaiTBS ได้พัฒนาระบบโครงข่ายการส่งสัญญาณที่ทันสมัยและคล่องตัวชัดเจน หรือแม้แต่ช่องโทรทัศน์ในภาครัฐอย่าง NBT สถานีโทรทัศน์ภายใต้สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี ก็มีการปรับตัวโดยใช้ระบบดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการส่งสัญญาณ เป็นต้น

2. องค์กรสื่อต้องมีการสร้างความแตกต่างท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) เช่น เนื้อหา รูปแบบ สีลา และวิธีการนำเสนอ จะพบว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือนิเวศต่าง ๆ ของสื่อดิจิทัลในสังคมไทย ล้วนสร้างเอกลักษณ์ และต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสารในทุกช่วงวัย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การกำหนดเป้าหมายของตัวสื่อเอง โดยปัจจัยประการสำคัญคือการเกิดขึ้นของนักสร้างสรรค์เนื้อหารายการ นอกองค์กรสื่อ อย่าง ยูทูบเบอร์ (YouTube) ที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ สามารถสร้างความนิยมได้ค่อนข้างสูง ด้วยเหตุนี้องค์กรสื่อเองต้องมีการเรียนรู้ที่จะสร้างความนิยมภายในบริบทการสื่อสารแนวใหม่ ๆ เพิ่มเติม

3. องค์กรสื่อต้องพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี โดยนำรูปแบบการสื่อสารมาผสมผสานกับเทคโนโลยี พร้อมทั้งเชื่อมต่อบริบทดิจิทัลกับอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่ และใช้เทคนิคที่แตกต่างกันมารวมกันสร้างความน่าสนใจให้เกิดในงาน “ข่าว” อันเป็นสภาวะที่เรียกว่า การหลอมรวมสื่อ (Convergence Media) ที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้รับสารที่แตกต่างกัน (อ้างถึงใน McQuail Denis, 2010. pp. 209-215)

นอกจากนี้ Kotter (1980) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงการบริหารองค์กรซึ่งเป็นขั้นตอนสู่ความสำเร็จ ในการกำหนดโครงสร้างกระบวนการต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กัน เช่น รวบรวมข้อมูล การสื่อสาร การตัดสินใจ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต เป็นต้น ทั้งนี้สำหรับการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้บริหารที่จะมากำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาความพร้อมขององค์กรและบุคลากร โดยคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ด้านต่อไปนี้

1. เป้าหมายและกลยุทธ์ (Goals and Strategies)

การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายและกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา ถือเป็นสิ่งที่ท้าทาย (Challenge) ทำให้เกิดกระบวนการพัฒนา เช่น การปรับตัวมีการขยายกิจการ ปรับเปลี่ยนสินค้าใหม่ เน้นข่าวออนไลน์เข้าสู่ตลาดผู้รับสารเพื่อแสวงหาตลาดใหม่ เป็นต้น กิจกรรมต่างๆ กำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นสิ่งกำหนดทิศทางหรือเป็นแนวทางการดำเนินงานในอนาคต หรือเป็นวิถีทางที่จะก้าวเดินจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง ตามความหมายนี้องค์กรทุกประเภทล้วน มีกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพราะทุกองค์กรจะมีแนวทางการดำเนินงานของตน

2. เทคโนโลยี (Technology)

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ระบบดิจิทัลมาช่วย ในการสร้างแอปพลิเคชันให้ผู้รับสารสามารถรู้ข่าวสารได้โดยตรงและสามารถโต้ตอบได้ทันที ถือเป็นการ เปลี่ยนแปลงที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่ทั้งหมดเพื่อการผลิตให้ ทันสมัย เทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการกิจกรรมของมนุษย์ในหลายๆ ด้าน เช่น สังคม ความเป็นอยู่ การปกครอง เศรษฐกิจ เป็นต้น

3. การออกแบบงานใหม่ (Job Redesign)

การบริหารองค์กรใหม่ที่มีการแบ่งงานที่หลากหลาย (Variety) แตกต่างจากเดิม และให้อิสระ (Autonomy) ให้ความสำคัญ (Significance) และต้องมีการ ตรวจสอบหรือ (Recheck) พร้อมกับการจัดระบบข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นต้น เพื่อการปรับปรุงจัด โครงสร้างของงาน เพื่อดึงดูดใจของพนักงานมากขึ้น เช่น ลดความซับซ้อนของงานเพื่อลดเวลาในการทำงานลง หรือ ให้พนักงานสามารถออกแบบงานที่ตนเองต้องทำได้ เพื่อให้เกิดความพอใจในงานมากขึ้น

4. โครงสร้าง (Structure)

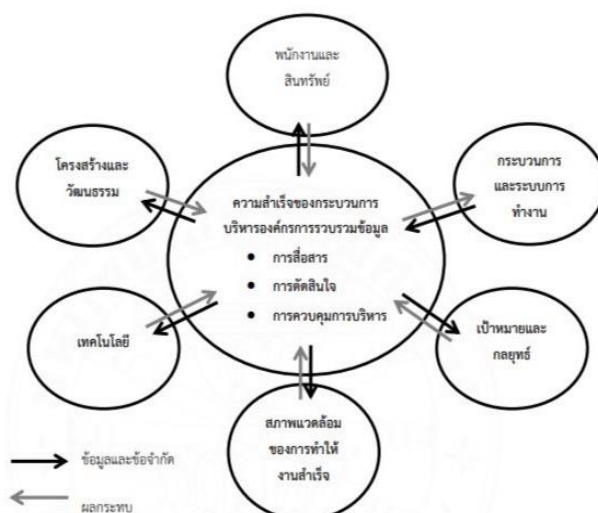
การจัดโครงสร้างให้เหมาะสมกับองค์กร เช่น จัดโครงสร้างแบบตามหน้าที่หรือแบบเน้นผลผลิต เน้นแบบแนวราบหรือแนวตั้ง (Flat or Tall Structure) หรือแบบเครือข่าย (Networking) เป็นต้น การจัดโครงสร้างขององค์กรมีหลายแบบ ซึ่งแต่ละแบบมีข้อดีข้อเสียในตัวเอง ฉะนั้น การที่ผู้บริหารจะวางแผนทางในการจัดโครงสร้างนั้น อาจจะต้องพิจารณาจากหลาย ๆ ปัจจัยด้วยกัน

5. กระบวนการ (Process)

กระบวนการเป็นขั้นตอนการทำงานสำเร็จ อาจจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง เช่น การป้อนข่าวจากเดิมส่งเฉพาะข่าวหนังสือพิมพ์ ต่อจากนี้จะต้องมีการประสานงานร่วมกันทำมากขึ้น เพราะต้องนำข่าวไปขึ้นออนไลน์ เป็นต้น กระบวนการถือเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือบริการให้แก่ลูกค้าผู้รับบริการ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร กระบวนการเป็นขั้นตอนหรือ กิจกรรมที่มีลำดับขั้นตอนชัดเจน เกิดจากการผสมผสานระหว่างคน เครื่องจักร เครื่องมือ เทคนิค วัสดุ และการปรับปรุง มาทำงานร่วมกัน

6. คน (People)

การปรับเปลี่ยนคนในการปฏิบัติงาน สามารถทำได้ 2 วิธีคือ 1) การถ่ายเลือดใหม่ (New Blood) ซึ่งเป็นวิธีปรับเปลี่ยนคนออกแล้วจ้างคนใหม่เข้าแทน 2) การพัฒนา ฝึกอบรมด้านทักษะกระบวนการเรียนรู้งานใหม่ คนที่เคยปฏิบัติงานอยู่ในองค์การจำเป็นต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเมื่อเงื่อนไขอื่นได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถทำได้ 2 วิธี โดยวิธีแรกปรับเปลี่ยนคนออกแล้วจ้าง คนที่เหมาะสมกับภารกิจใหม่เข้าแทน ทำนองที่เรียกว่าถ่าย “เลือดใหม่” (New Blood) วิธีหลังใช้วิธี เปลี่ยนแปลงคนเดิมด้วยการพัฒนา ฝึกอบรมด้านทักษะและเจตคติที่สอดคล้องกับงานใหม่ เป็นต้น (อ้างถึงใน John Hayaes, 2002, pp. 94-99)



ภาพที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงการบริหารองค์การที่สำคัญ 6 ประการ ปรับปรุงจาก Kotter's, An Integrative Model Of Organizational Dynamics, 1980, p.282, อ้างถึงใน The Theory and Practice of Change Management, p.95, John Hayaes, 2002, Palgrave Macmillan. UK

จากปัจจัยทั้ง 6 ประการข้างต้น ทำให้เห็นถึงปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงที่นักวางกลยุทธ์หรือนักวางแผนในการบริหารงานในสื่อดิจิทัลควรตระหนักและต้องยึดถือเป็นแนวทาง ทั้งนี้เพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ความท้าทายในแง่มุมต่างๆที่จะเกิดขึ้นจากสถานการณ์ทางสังคม ตลอดจนค่านิยมของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในมิติของเทคโนโลยี นวัตกรรม การสื่อสาร การผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบโต้ภัย ดังนั้น แนวทางการบริหารสื่อยุคดิจิทัลจึงจำเป็นต้องอาศัยหลักการทางวิชาการเข้าร่วมการประเมินและวางทิศทางของการบริหารงานสื่อเพื่อความอยู่รอดอย่างมั่นคงมากขึ้น

กลยุทธ์การบริหารสื่อดิจิทัลในอนาคต

Frambach (1993) Edler & Meyer-Krahmer (2002) แสดงให้เห็นกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Process) และการนำไปปฏิบัติในการขับเคลื่อนองค์กรสื่อดิจิทัล มีดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของธุรกิจ โดยการทำให้ SWOT Analysis ได้แก่

1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) คือ การพิจารณาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) เช่น โครงสร้างองค์กร บุคลากร การบริหารทรัพยากร การตลาด และการพัฒนากระบวนการศึกษา โดยการบริหารสื่อดิจิทัลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในถือเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งนอกจากจะสามารถรู้ถึงจุดดีจุดด้อย ยังสามารถกำหนดเป็นแผนเชิงยุทธศาสตร์ภายในให้สอดคล้องกับสภาพของสถานการณ์อย่างรอบด้านได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารบุคลากรภายใต้กรอบที่มุ่งไปสู่ผลลัพธ์เดียวกัน

1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) คือ การพิจารณาโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ขององค์กร เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน เช่น ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง หรือสภาพแวดล้อมการแข่งขันในอุตสาหกรรม ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยภายนอกดังกล่าวนี้แล้ว ถือว่าเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมขององค์กรสื่อดิจิทัล แต่การบริหารสื่อเองก็ต้องมีการประเมินสถานการณ์อยู่เสมอ และต้องพร้อมที่จะปรับตัวตามความเป็นไปของกติกาภายนอก ซึ่งหากปฏิบัติตามกรอบของนโยบายที่หมั่นสร้างการรับรู้ก็มีโอกาสที่องค์กรสื่อดิจิทัลจะสามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้อีกทั้งยังสามารถสร้างโอกาสในทางการตลาดได้สูงเช่นเดียวกัน

2. การกำหนดกลยุทธ์ (Formulation of Strategy) มีการวางแผนธุรกิจภายใต้แนวทางขององค์กรมียุทธวิธีและแผนนำไปสู่การปฏิบัติ โดยการบริหารสื่อดิจิทัลจำเป็นต้องมีนโยบายและแนวทางการวางแผนที่ชัดเจน เพื่อความเป็นเอกภาพของบุคลากรในองค์กรว่ามีทิศทางการปฏิบัติอย่างไร ตัวอย่างเช่น ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีอย่าง ไทยรัฐทีวี ปรับรูปแบบจากเน้นสื่อดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์) สู่การวางแผนการเข้าถึงผู้รับสารยุคดิจิทัล โดยมีทั้งสื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ข่าว หรือแพลตฟอร์มอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ให้ติดตาม และมีช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่อาศัยเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการสื่อเข้าช่วยในการสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. การกำหนดกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Implementation of Strategy) เป็นการจัดสรรบทบาทความรับผิดชอบและหน้าที่ โดยมีผู้บริหารตัดสินใจออกแบบโครงสร้างองค์กรนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจัยข้อนี้ถือว่าผู้บริหารองค์กรสื่อดิจิทัลล้วนตระหนักถึงการปรับตัว จึงต่างวางรูปแบบการบริหารจัดการในแนวทางที่ต่างกัน ทั้งนี้เพื่อการบริหารให้สามารถขยายฐานผู้ชมและผู้ติดตามให้มากขึ้น ตลอดจนการสร้างค่านิยมในสื่อขององค์กรตนเองนำไปสู่การขยายตลาดต่อไป

4. การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Control of Strategy) การกำหนดกฎเกณฑ์และมาตรฐานของผลงานโดยผู้บริหาร ด้วยการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน และพัฒนาให้กลยุทธ์มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อพัฒนาองค์กรสู่การแข่งขัน โดยปัจจัยข้อนี้ถือว่าสำคัญมากที่สุดเนื่องจากการบริหารงานสื่อดิจิทัลในยุคนี้ต่างมุ่งหวังผลลัพธ์เชิงกำไรมาาก ซึ่งไม่ได้คำนึงถึงผลในอนาคต ดังนั้นการติดตามตรวจสอบและประเมินผลในองค์กรสื่อยุคดิจิทัลจึงควรเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อความมั่นคงเชิงนโยบายให้องค์กรสื่อสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางความท้าทายใหม่ๆที่เข้ามาตลอด (อ้างถึงใน ภัททิยา โกคาพานิชย์, 2559)

บทสรุป

จากการศึกษาและวิเคราะห์การบริหารสื่อในยุคดิจิทัล จะพบว่าการปรับตัวให้เข้ากับสภาพของสถานการณ์ทางสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้สื่อดิจิทัลอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง อีกทั้งการกำหนดกลยุทธ์เชิงการวางแผนและนโยบายในการบริหารสื่อดิจิทัลเองก็ทำให้องค์กรสื่อยุคดิจิทัลนั้นสามารถประเมินและวิเคราะห์โอกาสและผลลัพธ์ได้ดีมากกว่า

แนวทางอื่น ดังนั้นการบริหารสื่อดิจิทัลจึงต้องพยายามสร้างรูปแบบและแนวทางการบริหารงานให้ตอบโจทย์กับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตลอดจนต้องนำของการปฏิบัติขององค์กรมาติดตามและตรวจสอบจุดแข็งจุดอ่อน ผนวกกับการสร้างเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อสังคมในเชิงบวก ก็จะสามารถนำพาให้การบริหารจัดการองค์กรสื่อในยุคดิจิทัลมีความมั่นคงต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- ภัทธิตา โภคาพานิชย์. (2559). กลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุในยุคสื่อดิจิทัล กรณีศึกษาคลื่นวิทยุ Cool Fahrenheit 93 (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Denis, McQuail. (2010). McQuail's mass communication theory. London: Sage.
- Edler, J., Meyer-Krahmer, F., & Reger, G. (2002). Changes in the strategic management of technology: Results of a global benchmarking study. R&D Management, 32(2), 149–164.
- Frambach, R.T. (1993). An Integrated Model of Organizational Adoption and Diffusion of Innovations. European Journal of Marketing, Vol. 27 No. 5, pp. 22-41.
- John, Hayes. (2002). The Theory and Practice of Change Management. Palgrave Macmillan. UK.
- Kotter, J.P. (1999). On what leaders really do, Harvard business review book. Boston: Harvard Business School.
- Litwin, G. H., & Burmeister, M. G. (1992). Climate Performance. New York: The Purrington Foundation.
- Noel M. Tichy, Mary Anne Devanna. (1986). The Transformational Leader. Sage Publications, Inc.

การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

Upgrading wellness tourism in Kong Din Subdistrict, Klaeng District, Rayong
Province with innovative communications and augmented reality (AR)
technology.

ขวัญชีวา ไตรพิริยะ¹ มณีนรัตน์ ภาณันท์² จินตนา แสงดี³ กมลวรรณ เณลิมบุญ⁴
และอังคณา ลีรัตนานุกุลศิริ^{5*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หรือ U2T ในพื้นที่ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง รับผิดชอบโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) พร้อมสร้างทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวให้กับชุมชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) มีวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดปัญหาและออกแบบการวิจัย และขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา โดยจัดในรูปแบบกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบล ผลการวิจัยพบว่า ตำบลสามารถระบุและรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะได้อย่างน้อย 14 สถานที่ พร้อมออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวตำบลกองดินแบบ 1 day trip แบบ 3 days trip และแบบสั่งตัด (Tailored Travel) โดยแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ มีการจัดทำในรูปแบบแบนเนอร์ (Banner) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ซึ่งมีการฝังเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality หรือ AR) ในรูปแบบ Marker เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้กับผู้ที่สนใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสแกนผ่านโทรศัพท์มือถือได้ 2 รูปแบบ คือ สแกน QR code ที่แบนเนอร์เพื่อรับชม E-book และผู้นำชุมชนอย่างน้อย 40 คน และผู้รับจ้างงาน U2T 13 คน ในตำบลยังได้รับการพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวรวมกว่า 10 ทักษะ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขานวัตกรรมสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหาร คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

³ วิชาทฤษฎีชุมชนโคกหนองนาสวนไผ่โฮมสเตย์เพื่อพัฒนาสัมมาชีพ

⁴ โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

*ผู้ประสานหลัก Kwuancheewa@hotmail.com

กิจกรรมดังกล่าวยังสามารถช่วยยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลทองดิน ให้ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ เป็นที่รู้จัก และสร้างการจดจำมากขึ้น และยังส่งผลให้เกิดสินค้านวัตกรรมใหม่ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เกิดการจ้างงานและการสร้างอาชีพใหม่ สร้างรายได้ให้กับชาวตำบลทองดิน โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยเชิงพื้นที่ ปัจจัยด้านความรู้ทักษะและการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ

คำสำคัญ : การยกระดับการท่องเที่ยว ตำบลทองดิน นวัตกรรมสื่อสาร เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

Abstract

This research was carried out under the integrated sub- district socio- economic upgrading project (1 sub-district, 1 university) or U2T. In the area of Kong Din Sub district, Klaeng District, Rayong Province. Responsible by Rajamangala University of Technology Tawan-ok. The research aims to elevate age-based tourism in Kong Din Sub-district, Klaeng District, Rayong Province with communication innovation and virtual reality (AR) technology and develop communication skills and use of technology for tourism for the community using participatory action research methodology. (Participatory Action Research: PAR). The research method is divided into 3 main steps, namely problem analysis. Problem determination and research design and research and development process organized in the form of participatory workshop activities Technology knowledge transfer for tourism promotion in sub-districts. The results showed that the sub-districts could identify and combine at least 14 age-related tourist attractions with the design of 3 types of tourism activities: Kong Din sub-district tourism, 1-day trip, 3-day trip and tailor-made (Tailored Travel) All 3 types of tourist attractions are prepared in the form of banners (Banner) and electronic books (E-book) which are embedded with virtual reality technology (Augmented Reality or AR).) in the form of a marker to create a virtual experience for those who are interested. Tourists can choose to scan via mobile phones in 2 ways: scanning the QR code on the banner to view an e-book and scanning images through the Artivive application to watch video clips, experience images and sounds from the place. TRUE Marker images are used on banners, E-book covers, and inside the E-book. At least 40 villagers and community leaders and 13 U2T contractors in the sub- district have also developed more than 10 skills in communication innovation and technology for tourism.

Such activities can also help elevate the cultural tourism of Kong Din Sub district to be modern and attract attention. Known and create more memories and also resulting in new

innovative products that are related to tourism and creating employment and creating a new career, creating income for the people of Kong Din Sub district. The researcher considers that the key factors in disclosing such information are spatial factors. Cognitive factors and will help coverage factors and aging industry survey factors.

Keywords: Tourism Upgrading, Kong Din Sub district, Communication Innovation, Augmented Reality (AR) Technology

บทนำ

ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีพื้นที่ 14.72 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ จำนวน 11 หมู่บ้าน ปัจจุบันมีจำนวนประชากร 5,376 คน แบ่งเป็น 2,501 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำสวนยางพารา สวนทุเรียน และอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง ค้าขาย ข้าราชการ เป็นต้น จากการศึกษาเชิงพื้นที่ โดยสำรวจพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้นำชุมชนและชาวบ้าน พบว่า ตำบลกองดินมีจุดเด่นเรื่องประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญมากมาย ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม เช่น ถ้ำเขาวง ตั้งอยู่รอยต่อเขตจังหวัดระยองกับจังหวัดจันทบุรี มีถ้ำน้อยใหญ่ติดต่อทะเลถึงกันประมาณ 80 ถ้ำ วัดกองดินแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญครั้งสมัยพระเจ้าตากสินมหาราช วัดหนองคุย วัดเขาสารอง วัดชำสมอ วัดเขาน้อย วัดเขายายพริ้ง วัดมะค่าไทรงาม สำนักสงฆ์เขาหิน สำนักสงฆ์เขาไกรราศ ศูนย์ปฏิบัติธรรมวัดถ้ำระฆังทอง นอกจากนี้ยังมีแหล่งธรรมชาติสำคัญ ได้แก่ บริเวณอ่างเก็บน้ำเขาลูก ซึ่งเป็นแหล่งที่รับความนิยมในการตั้งแคมป์ และเป็นแหล่งโอโซนชั้นดี มีสวนสาธารณะที่ล้อมด้วยแหล่งน้ำธรรมชาติสระหนองยาว เหมาะกับการออกกำลังกาย และยังสามารถเที่ยวชมสัมผัสธรรมชาติผ่านทางน้ำ โดยบ้านแพกงดิน กิจกรรมล่องแพชมธรรมชาติและให้อาหารเหยี่ยวแดง ศูนย์การเรียนรู้ทางการเกษตรลงประภาส และจุดที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอีกมากมาย ทั้งร้านค้า ร้านอาหาร รีสอร์ท และโฮมสเตย์ หากแต่ปัญหาสำคัญของตำบล คือ มิติในการพัฒนาชุมชนที่ผ่านมา คือไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง มีเพียงแค่การส่งเสริมอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ค้าขายภายในตำบล ตำบลไม่เป็นที่รู้จักมากนักจากภายนอก คนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ขาดการพูดคุยและรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการร่วมกัน โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หรือ U2T จึงเป็นจุดสำคัญที่เข้ามาเชื่อมโยงกลุ่มคนที่มีศักยภาพภายในตำบลทุกกลุ่ม ทุกอาชีพได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนและสร้างความเข้าใจร่วมกัน จึงเกิดเป็นจุดสนใจการเริ่มขับเคลื่อนและผลักดัน เรื่องการประชาสัมพันธ์ให้ตำบลเป็นที่รู้จักพร้อมกับการยกระดับการท่องเที่ยวและสินค้าภายในตำบล

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าตำบลกองดิน มีความเหมาะสมในการพัฒนาและผลักดันด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านสุขภาพกาย และด้านจิตใจ (วรพรรณ จันทรากุลศิริ, 2562) หากแต่ปัญหาต่อมาของการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงได้มีแนวคิดในการนำนวัตกรรมด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality หรือ AR) เข้ามาช่วยในการนำเสนอจุดเด่น ให้ตำบลเป็นที่รู้จัก เป็นการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน โดยนวัตกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การแสวงหารูปแบบบริหาร การบริการ และแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริบททางวัฒนธรรมใหม่ให้นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแปลกใหม่ ความสนุกความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวจะเป็นประสบการณ์ที่ได้ทั้งความรู้ความสนุกและความเพลิดเพลิน (รัฐนิษฐ์ ศักดิ์ดำรงรัตน์, 2562) และปัญหาสำคัญที่ตามมาอีกประการคือ ในบริบทชุมชนประเทศไทยไม่ใช่ทุกคนและทุกพื้นที่ ที่รู้จักเข้าถึงนวัตกรรมเหล่านี้ หรือมีการชีวิตหรือมีตัวตนอยู่บนโลกออนไลน์หรือบนโลกดิจิทัล แม้ว่าในโลกยุคดิจิทัลผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่ทั้งในโลกจริงและโลกออนไลน์ ด้วยความหลากหลายของรูปแบบกิจกรรมบนออนไลน์ซึ่งเป็นประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากโลกจริง นับเป็นตัวดึงดูดให้ผู้คนเข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์กันมากและนานขึ้น โดยปัจจัยหลักสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมบนโลกออนไลน์ที่ปฏิเสธไม่ได้คือ ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร ในการพยายามสร้างสรรค์เนื้อหา (Content) สร้างความแปลกใหม่ (Creativity) ซึ่งปัจจุบันยังมีการผสมผสานการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เข้ามาเป็นส่วนช่วยขยายประสบการณ์ให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความสมจริง สวยงาม และเรียลไทม์ (Real Time) มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ในกิจการต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ จึงมีการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาปรับใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ไปพร้อมกับหัวใจสำคัญคือการออกแบบแนวคิดในเทคโนโลยีนั้น ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จึงมีแนวทางในการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมซึ่งต้องเริ่มจากการพัฒนาชาวบ้านในฐานะเจ้าบ้านในชุมชน ให้มีทักษะสำคัญในยุคดิจิทัล รู้จักและเข้าถึงนวัตกรรม เพื่อสามารถเป็นผู้สร้าง ผู้ใช้ และผู้เผยแพร่วัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน จึงเกิดเป็น “กิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบล” ภายใต้โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลขายสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน (M-Commerce) เพื่อสร้างรายได้จากสินค้าในชุมชน (OTOP) ประชาสัมพันธ์สินค้าบริการ และยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อสามารถยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากคนในชุมชน และสามารถสร้างทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวให้กับชุมชนเพื่อสามารถปรับใช้องค์ความรู้ให้เข้ากับบริบทชุมชนในแต่ละยุคสมัยและยั่งยืน อันนำไปสู่การสร้าง อาชีพ สร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจในตำบล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยองด้วยนวัตกรรม การสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)
2. เพื่อสร้างทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวให้กับชุมชน

ช่วงระยะเวลาดำเนินการ

มีนาคม – ธันวาคม 2564

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่ม "ชุมชน" เป้าหมาย (Locals Segment) ได้แก่ ชาวบ้าน แม่บ้าน ผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ เยาวชน รุ่นใหม่ที่สนใจการพัฒนาชุมชนด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ การสื่อสารการตลาด และการท่องเที่ยว และสนใจเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพื่อชุมชน

กลุ่ม "ลูกค้า" เป้าหมาย (Customer Segment) ได้แก่ นักท่องเที่ยว คนรักสุขภาพ และกลุ่มผู้ประกอบการ วิสาหกิจ เจ้าของสินค้าบริการ ที่สนใจเรื่องยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน

การดำเนินโครงการ

การวิจัยภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หรือ U2T ในพื้นที่ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับ การท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรม การสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการวิจัยที่ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) กับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) รวมทั้งเทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2565) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานได้ดังนี้

1. **ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา** โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ และสำรวจความต้องการในชุมชนร่วมกับผู้รับจ้างงานในโครงการ U2T โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับกลุ่มผู้นำชุมชนได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านและผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านทั้งหมด 11 หมู่บ้าน ขณะเดียวกันเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนในเบื้องต้น

2. **กำหนดปัญหาและออกแบบการวิจัย** พบว่า ความเป็นไปได้และความต้องการของชุมชน คือเริ่มจากการทำให้ตำบลเป็นที่รู้จัก ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และต่อยอดสู่ การเป็นการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ พร้อมกับผลักดันการสร้างแบรนด์และสินค้าตำบลกองดิน

3. **ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา** จากปัญหาในข้อ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบงานวิจัยและกิจกรรมโดยใช้แนวทางการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) ในรูปแบบกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบล ภายใต้โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ขยายสินค้าผ่านสมาร์ตโฟน (M-Commerce) เพื่อสร้างรายได้จากสินค้าในชุมชน (OTOP) ประชาสัมพันธ์

สินค้าบริการ และยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ผู้รับการถ่ายทอดความรู้ รุ่นละ 20 คน จัดทั้งหมด 2 รุ่น รวม 40 คน) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. การจัดตั้งทีมงาน ได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัยและผู้รับจ้างงานในโครงการ U2T ประชุมสร้างความเข้าใจในการทำงานและการพัฒนาทักษะเบื้องต้นด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
2. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ด้านปัญหา ความต้องการ และการท่องเที่ยวภายในชุมชน
3. วางแผนการดำเนินงาน มีการวางแผนการจัดกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของคนในชุมชน การประชาสัมพันธ์โครงการ การจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ การรับสมัคร
4. การลงมือปฏิบัติ การจัดกิจกรรมเป็น 2 รุ่น จำนวนผู้เข้าร่วมครั้งละ 20 คน ระยะเวลา 3 วัน วิทยากรทั้งหมด 4 ท่าน โดยกิจกรรมประกอบด้วย

- | | |
|----------|--|
| วันที่ 1 | - เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- การพิกัดแหล่งท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงพื้นที่เชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศบน Google Maps |
| วันที่ 2 | - เทคนิคการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
- การใช้สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพและตัดต่อวิดีโอสินค้า การทำโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว
- เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) สำหรับการท่องเที่ยว |
| วันที่ 3 | - เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การจัดกลุ่มลูกค้าและออกโปรโมชันหรือแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล
- การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- การนำเสนอผลงานให้กับวิทยากรจากภายนอกเพื่อประเมินประสิทธิภาพชิ้นงาน |

5. ขั้นตอนการประเมินผลงาน ภายหลังกิจกรรม จะมีการติดตามประเมินคุณภาพของงาน เป็นระยะทุกวันจนถึงวันสุดท้ายของการจัดกิจกรรม โดยทีมวิทยากรจากภายในและภายนอก จนเกิดชิ้นงานที่สมบูรณ์และนำไปใช้งานจริง

6. การเผยแพร่ผลงานต่อยอดองค์กรความรู้ โครงการมีการรวบรวมภาพกิจกรรมและผลงานทั้งหมด และนำเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟสบุ๊คเพจ (Facebook page) ภาระยงต้องเที่ยวทองผาภูมิ และ U2T มหาวิทยาลัยสุโขทัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก และกลุ่มไลน์ (Line Group) U2Tตำบลทองผาภูมิ และกลุ่มสมาชิกฟตาบลทองผาภูมิ นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างตำบล เช่น ตำบลเขาน้อย ตำบลห้วยยาง ตำบลวังห้ว และมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เช่น มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่

ความรู้ผ่านกิจกรรมหลักของทาง อว. เช่น กิจกรรม U2T National Hackathon 2021 และมีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น ช่อง MCOT HD 30 และสำนักข่าวบางกอกทูเดย์ออนไลน์

บทสรุป

ด้านการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยองด้วยนวัตกรรม การสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

จากเดิมตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ภายหลังจากการศึกษาพบว่าด้วยจุดเด่นของตำบล ที่อุดมด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อากาศ น้ำ แหล่งวัตถุดิบสามารถประกอบอาหารที่มีลักษณะเป็นยา สถานที่พักผ่อนและสถานที่ท่องเที่ยวที่ช่วยในการดูแลสุขภาพกาย สุขภาพใจ ความสุนทรีย์ และแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม จึงทำให้ชาวบ้านในตำบลกองดินมีความต้องการดึงเอาจุดเด่นนี้มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ตำบลให้เป็นที่รู้จัก พร้อมกับการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ หากแต่ปัญหาต่อมาของการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงมีแนวคิดการนำนวัตกรรม การสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์และยกระดับ การท่องเที่ยวของตำบล

ผลจากการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบลที่มุ่งเน้นการนำนวัตกรรม การสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เข้ามาช่วยพัฒนาพบว่า ตำบลสามารถระบุและรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ พร้อมออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตำบลกองดินแบบ 1 day trip ที่นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ที่ วัดกองดินโพธิ์ 3 ต้น สมัยพระเจ้าตากสินมหาราช ศูนย์ปฏิบัติธรรมวัดเขาถ้ำระฆังทอง แพบางกองดินให้อาหารเหยี่ยวแดง สวนเกษตรอินทรีย์ลู่ประภาส และต้นอ้อยโฮมสเตย์แหล่งเรียนรู้อาหารและสมุนไพร
2. การท่องเที่ยวตำบลกองดินแบบ 3 days trip เพิ่มเติมจากแบบแรก โดยนักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ที่วัดหนองคุย วัดสุขไพโรวรรณถ้ำพระศักดิ์สิทธิ์ ฟอล์คแลนด์แกรนด์แคนยอนเมืองไทย เขาจุก แหล่งโอโซน สระหนองยาวแหล่งออกกำลังกาย บ้านสามพอสถูศูนย์เรียนรู้และโฮมเตย์ บ้านริมคลองกองดิน คาเฟ่ล่าสุดซิค และบ้านขนมจีน
3. แพคเกจการท่องเที่ยวตำบลกองดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกแบบสั่งตัด* (Tailored Travel) ได้ด้วยตนเอง ทั้งการเที่ยวพักผ่อนตามอัธยาศัย เที่ยวพร้อมศึกษาดูงาน เลือกฐานเรียนรู้ เลือกอาหาร ที่พัก แหล่งออกกำลังกาย คาเฟ่ ร้านอาหารพื้นถิ่น ที่พัก และส่งจูงภาพถ่าย ของที่ระลึก สินค้าชุมชนได้ด้วยตนเอง



ภาพที่ 1 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกงดิน

* การท่องเที่ยวแบบสั่งตัด (Tailored Travel) เป็นวิธีการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบการท่องเที่ยวของตัวเองได้อย่างอิสระ วิธีการนี้จะเป็นมากกว่าการท่องเที่ยว คือ จะได้ประสบการณ์โดยตรงจากผู้ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นนั้น โดยผู้ประกอบการจะมีกิจกรรมมาเสนอบนเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเฉพาะกิจกรรมที่สนใจ คำนวณเวลาและค่าใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ เพื่อสัมผัสกับประสบการณ์พิเศษในแบบฉบับของคนท้องถิ่น นี่คือการติดต่อทุกประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวอยากสัมผัส ให้เหมาะสมและสมดุล (ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล, 2562)

โดยแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ มีการจัดทำในรูปแบบแบนเนอร์ (Banner) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ซึ่งมีการฝังเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality หรือ AR) ในรูปแบบ Marker เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้กับผู้ที่สนใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสแกนผ่านโทรศัพท์มือถือได้ 2 รูปแบบ คือ

1. สแกน QR code ที่แบนเนอร์เพื่อรับชม E-book
2. สแกนภาพ ที่ใช้เป็น Marker ผ่านแอปพลิเคชัน Artivive เพื่อรับชมคลิปวิดีโอสัมผัสภาพและเสียงจากสถานที่จริง ซึ่งภาพที่เป็น Marker ถูกใช้ประกอบบนแบนเนอร์ หน้าปก E-book และภายในตัวเล่ม E-book

นอกจากนี้ยังมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ สื่อกลางแจ้ง รูปแบบป้ายไวเนลที่ติดตั้งในพื้นที่ตำบลกงดิน 3 จุดได้แก่ วัดกงดิน วัดสุขไพรวรรณ และวัดชำสมอ สื่อกลางแจ้งในรูปแบบป้ายพลาสติก บริเวณอ่างเก็บน้ำเขาจุก สร้างจุดเช็คอินใหม่ (Check-in) และสื่อสิ่งพิมพ์อย่างแผ่นพับโปรโมทการท่องเที่ยวซึ่งล้วนแล้วแต่มีการฝังเทคโนโลยีเสมือน (AR) ให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนเพื่อสร้างการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์เสมือนจริงผ่านสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในตำบล



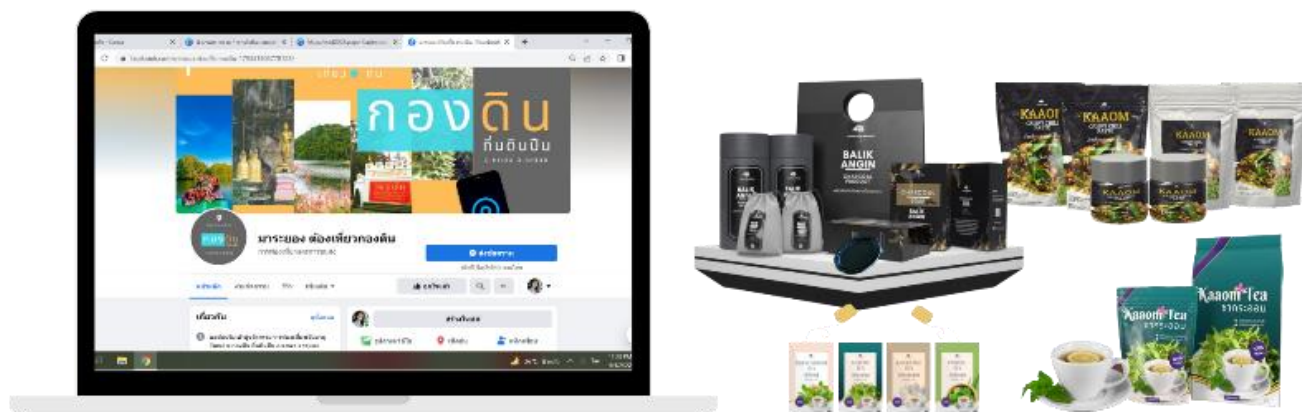
ภาพที่ 2 การจำลองภาพการแสดงผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) บนสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตำบลกองดินอำเภอแกลง จังหวัดระยอง



ภาพที่ 3 แบนเนอร์ (Banner) และไวนิลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ที่มีการฝังเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

กิจกรรมดังกล่าวยังต่อยอดสู่การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในตำบล ได้แก่ การสร้างแบรนด์ตำบลกองดินถิ่นดินปั้น การปลูกพืชสมุนไพร การปลูกพืชทดแทนอย่างผักกะอ่อมและต้นสอยดาว เพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าวัฒนธรรมใหม่อย่างสบู่ชาโคลจากไม้สอยดาว และ

ถ่านไม้สอยดาว เกิดเมนูอาหารใหม่เพื่อสุขภาพ เช่น ซากะออม น้ำพริกกรอบกะออม เพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการเร่งพัฒนาสินค้าบริการและการปรับภูมิทัศน์อื่น ๆ ภายในตำบลเพื่อรองรับการท่องเที่ยวภายในตำบล



ภาพที่ 4 ช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้านวัตกรรมใหม่ของ
ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ด้านการสร้างทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวให้กับชุมชน

ชุมชนได้รับการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวให้กับชุมชนทั้งหมดอย่างน้อย 10 ทักษะ ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การใช้ Google Maps พิกัดแหล่งท่องเที่ยว เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เทคนิคการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ส마트โฟตกแต่งภาพและตัดต่อวิดีโอสินค้า การทำโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการท่องเที่ยว (AR Technology) เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการจัดกลุ่มลูกค้าและจัดโปรโมชั่นหรือแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล

ภายหลังกิจกรรมนี้ยังเกิดการสร้างอาชีพใหม่ ในเส้นทางของการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ในสายการผลิตสินค้า ตั้งแต่การเพาะปลูก การแปรรูปสินค้า และการตลาด เกิดวิสาหกิจชุมชนนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน และอาชีพใหม่คือ KD Design & Production บริการออกแบบและผลิตสื่อ ที่สำคัญอีกประการคือ การได้ร่วมกันแก้ไขปัญหาวิกฤต covid19 ภายในตำบล

กิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังส่งผลให้ U2T ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับภูมิภาค (ภาคตะวันออก) เข้าสู่ระดับประเทศ เป็น 40 ทีมสุดท้ายจากทั้งหมด 3,000 ตำบล ภายใต้การแข่งขัน U2T Hackathon 2021 ด้วยโจทย์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้ำ ๆ ผ่าน AR : เทียวกิน กองดิน ถิ่นดินปิ่น และได้ผ่านเข้ารอบการประเมิน “โครงการที่มีศักยภาพ

ในการยกระดับชุมชน Top 100 U2T projects” (จากทั้งหมด 3,000 ตำบลทั่วประเทศ) พิจารณาโดย Engagement Thailand (ENT) และสถาบันคลังสมองของชาติ โดยอยู่ในลำดับที่ 34

อภิปรายผลการดำเนินงาน/บทสังเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ผลการดำเนินงาน การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ส่งผลให้ตำบลกองดินเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีตัวตนบนโลกออนไลน์ในภาพลักษณ์ใหม่ที่มีความชัดเจนด้านการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ทั้งนี้ด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการคือ

ปัจจัยเชิงพื้นที่ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของตำบล หากแต่ยังไม่ได้ถูกนำเสนอออกมาได้ตรงจุดมากนัก เมื่อเกิดความเข้าใจ และความต้องการร่วมกัน จึงทำให้สามารถเลือกได้ตรงจุด ทำให้ชาวบ้านมีความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ด้วยความภูมิใจในจุดแข็งของบ้านเกิดตนเอง และประเด็นที่ต้องพิจารณาต่อในด้านพื้นที่ เมื่อเปิดเป็นเมืองท่องเที่ยวคือแนวทางการป้องกัน ดูแลรักษา อนุรักษ์และฟื้นฟู แหล่งทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์เหมือนเดิม

ปัจจัยด้านความรู้ทักษะและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งมีความจำเป็นในการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ที่ต้องใช้ความรู้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การนำเสนอ การสร้างเนื้อหาและถ่ายทอดความเป็นเมืองท่องเที่ยวให้คนภายนอกได้รับรู้ โดยครั้งนี้เป็นการปฏิบัติการโดยใช้เทคโนโลยีใหม่เกือบทั้งหมด ทั้งเทคโนโลยีด้านการสำรวจ การพัฒนาพื้นที่และผลผลิต เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี AR นอกจากเป็นทักษะจำเป็นที่ชาวบ้านในฐานะเจ้าบ้านที่ต้องเรียนรู้ฝึกฝน และทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อคอยส่งเสริมหรือโปรโมทการท่องเที่ยวของตน ยังสามารถใช้เป็นจุดขายในการนำเสนอสู่สายตานักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเทคโนโลยีเป็นเพียงอุปกรณ์ สิ่งสำคัญคือเนื้อหาความคิดสร้างสรรค์ที่บรรจุอยู่ในเทคโนโลยีเหล่านั้น การสร้างเนื้อหา การเล่าเรื่อง (Story telling) การเลือกมุมมองที่จะนำเสนอ หรือใช้ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ได้เห็นความน่าสนใจ เห็นความแตกต่าง หรือความน่าหลงใหล จนนำมาสู่การเดินทางมาท่องเที่ยวยังพื้นที่ตำบลกองดิน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่อยู่บนโลกออนไลน์ ตัดสินใจจากข้อมูล เนื้อหาต่าง ๆ บนออนไลน์ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างเนื้อหาเพื่อนำเสนอจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกประการ

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ซึ่งต้องบริหารจัดการให้ครบองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านสุขภาพกาย และด้านจิตใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี และกลับไปด้วยความประทับใจและการบอกต่อ

การยกระดับการท่องเที่ยวในครั้งนี้นอกจากเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพชุมชน โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังเป็นการตอกย้ำให้เห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์สำคัญซึ่งเป็นจุดเด่นของตำบลที่มีอยู่แล้ว แต่อาจถูก

หลงลืมหรือไม่ได้ให้ความสำคัญ กับฝีมือของคนรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ในชุมชนช่วยกันผลักดันสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ สร้างเป็นเรื่องราว (Story) สำคัญให้คนรู้จัก และต่อยอดสู่การพัฒนาสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้าหรือแบรนด์ (Brand) กองดินถิ่นดินปิ่น สร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป

ร่วมคิดร่วมทำแบบพันธมิตรและหุ้นส่วน (partnership)

การดำเนินงานครั้งนี้ถือว่าเป็นเสียงสะท้อนและความต้องการจากชุมชน ปฏิบัติการณ์โดยชุมชนในฐานะเจ้าบ้านตั้งแต่กระบวนการคิด วิเคราะห์วางแผนและปฏิบัติ จากชาวบ้านทุกเพศวัยและทุกอาชีพ รวมถึงหน่วยงานสำคัญ ได้แก่ องค์การส่วนบริหารตำบล เทศบาล หมู่บ้าน พัฒนาชุมชน สถานศึกษา การศึกษา นอกโรงเรียน วัด ธุรกิจ ร้านค้าบริการ และกลุ่มอาชีพในตำบลกองดิน รวมถึงหน่วยงานจากภายนอกชุมชน ได้แก่ มหาวิทยาลัย

เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (mutual benefits)

ทีมงาน U2T และชาวบ้านได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการพัฒนาและการแข่งขันในยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาอาชีพและรายได้ เห็นความสำคัญของการพัฒนาตำบลร่วมกัน ส่งผลให้ตำบลกองดิน และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจร้านค้า อาชีพต่าง ๆ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวถูกกระตุ้นให้มีการพัฒนาและความพร้อมสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยว เกิดการรวมกลุ่มการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลกองดิน ใช้เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าบริการในตำบล และการบริหารจัดการสินค้าและบริการภายในตำบล นอกจากนี้ยังเกิดการสร้างอาชีพใหม่ได้แก่ บริการออกแบบและผลิตสื่อ KD Design & Production นับเป็นจุดเด่นอีกอย่างของโครงการครั้งนี้ โดยพบว่า สินค้าชุมชนส่วนใหญ่มีปัญหา และมีความต้องการ ในกระบวนการสื่อสารการตลาดในช่วงปลายน้ำเป็นอย่างมาก จึงเล็งเห็นว่าหากชุมชนสามารถพัฒนาส่วนของปลายน้ำได้เอง ตลอดจน สามารถพัฒนาเป็นอาชีพรับพัฒนาสินค้าให้กับแบรนด์อื่น ๆ นอกตำบลได้ด้วยจึงเป็นอีกอาชีพที่น่าสนใจและสร้างรายได้ให้กับชุมชน และที่สำคัญที่สุดคือมหาวิทยาลัยได้นำความรู้สู่ชุมชน พัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาทักษะอาจารย์และนักศึกษา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย

เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และเกิดผลงานวิชาการ (knowledge sharing and scholarship)

กิจกรรมในครั้งนี้เกิดขึ้นจากความเข้าใจปัญหาและมีความต้องการร่วมกันที่จะแก้ปัญหาที่มีอยู่ในชุมชน โดยมหาวิทยาลัยร่วมกับชุมชนในการปฏิบัติการเริ่มตั้งแต่ เก็บข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ วางแผน ดำเนินกิจกรรม และสรุปผลร่วมกัน มหาวิทยาลัยมีการจัดองค์ความรู้สู่ตำบลอย่างน้อย 10 ทักษะ มุ่งเน้นพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะเดียวกันเป็นการปรับรูปแบบให้เข้ากับบริบทชุมชนมากที่สุดพร้อมกับรับเอาแนวทาง แนวคิด และความรู้ต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนจากปราชญ์และผู้เฒ่าชุมชนมาปรับใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผลงานที่มีความโดดเด่นได้แก่ การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ การใช้และการผลิตสื่อ และการนำเทคโนโลยี AR เข้ามาปรับใช้กับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชุมชน และได้มีการนำผลงานในครั้งนี้เผยแพร่ไปยังตำบลและเวทีวิชาการ

เกิดผลกระทบต่องานที่ประเมินได้ (measurable social impact) ผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ชัดเจนจากกิจกรรมในครั้งนี้ได้แก่

1. สถานที่ในตำบลทองดิน อย่างน้อย 14 แห่งได้ถูกจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบ
2. มีช่องทางในการเผยแพร่และโปรโมตตำบลและการท่องเที่ยวตำบลบนออนไลน์ เพื่อสร้างตัวตนบนออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 4 แห่ง ได้แก่ เฟซบุ๊กเพจ (Facebook page) ไลน์ (Line) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ยูทูบ (YouTube)
3. มีการนำนวัตกรรมมาใช้กับตำบลโดยเฉพาะนวัตกรรมด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี AR ซึ่งมีการถ่ายทอดผ่านรูปแบบกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พร้อมองค์ความรู้กว่า 10 ทักษะให้กับกลุ่มชาวบ้านและผู้นำชุมชนอย่างน้อย 40 คน และผู้รับจ้างงาน U2T 13 คน
4. เกิดการจ้างงานในกลุ่ม ประชาชน 30% บัณฑิต 60% และนักศึกษา 10%
5. เกิดสินค้าและบริการต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 อย่าง ได้แก่ ชากะอ่อม น้ำพริกกะอ่อมกรอบ ผงปรุงรสกะอ่อม ถ่านชาโคลจากต้นสอยดาว สบู่ชาโคลจากต้นสอยดาว
6. อาชีพใหม่ 1 อาชีพ คือการออกแบบและผลิตสื่อการตลาด
7. มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะตำบลทองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ให้ทันสมัย ดึงดูดความสนใจเป็นที่รู้จัก และสร้างการจดจำมากขึ้น ตลอดจนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ใหม่
2. มีการนำความรู้สู่ชุมชน ชาวบ้านได้รับการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
3. ชุมชนและมหาวิทยาลัยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนโดยเฉพาะในมิติด้านการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน
4. เกิดนวัตกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่สำหรับชุมชน โดยการนำเทคโนโลยี AR เข้ามาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ให้กับนักท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19
5. เกิดสินค้านวัตกรรมใหม่ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ชากะอ่อม น้ำพริกกะอ่อมกรอบ ผงปรุงรสกะอ่อม ถ่านชาโคลจากต้นสอยดาว สบู่ชาโคลจากต้นสอยดาว
6. เกิดอาชีพใหม่ที่สร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน ได้แก่ บริการออกแบบและผลิตสื่อ KD Design & Production

ภาพที่ 5 กระบวนการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาชีวศึกษา ตำบลกองดิน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

บรรณานุกรม

- วรพรรณ จันทรากุลศิริ. (2562).การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ในจังหวัดนครราชสีมา, เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 9 มีนาคม 2565. จาก [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article / view/186583/](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/186583/)
- รัฐนิษฐ์ ศักดิ์ดารงรัตน์. (2562). 10 นวัตกรรมพลิกโลกโฆษณา, เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 9 มีนาคม 2565. จาก <http://www.oknation.net/blog/monchai83/2012/03/02/entry-1>
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2565). การวิจัยเชิงคุณภาพและ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) , เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 12 พฤษภาคม 2565. จาก https://www.ubu.ac.th /web/files_up /08f2017060214303218.pdf
- ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล (2562). การท่องเที่ยวแบบสังคีต จากเทคโนโลยีแค่ปลายนิ้ว , เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 12 พฤษภาคม 2565. จาก <https://www.scimath.org/article-technology/item/9606-2018-12-13-08-04-27>

การสร้างสรรคและการผลิตสื่อโฆษณา ณ จุดขายให้แก่ร้าน “โจ๊กป่าแมว”
Creation and production of advertising media at point of purchase
for "Aunt Meow's Congee"

อุไรวรรณ ชาญชลยุทธ^{1*} จารุวรรณ นิธิไพบูลย์² และสุนันรี วงศ์หาญ³

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว วิธีการดำเนินงาน มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1) การสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว ซึ่งมีขั้นตอนการจัดทำดังนี้ 1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre- Production) เป็นการสอบถามข้อมูลและความต้องการจากทางร้านค้า 2. ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นการออกแบบภาพกราฟิกและการจัดวางตัวอักษรต่างๆ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ 3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ก่อนนำสื่อไปเผยแพร่ผู้จัดทำได้นำสื่อไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์ ส่วนที่ 2) การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 41 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 44 สื่อโฆษณาที่ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์และผลิตให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมวประกอบด้วย ป้ายหน้าร้านค้า เมนูอาหาร และโลโก้ ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อภาพรวมของป้ายหน้าร้านค้า ค่าเฉลี่ย 4.60 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อภาพรวมของเมนูอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.59 และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อภาพรวมของโลโก้ ค่าเฉลี่ย 4.73

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์และการผลิต สื่อโฆษณา

¹อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

²อาจารย์ ดร. สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

³นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

*ผู้ประสานหลัก Uraiwan_ch@rmutto.ac.th

Abstract

The objectives of this study were as follows: 1.To create and produce advertising media for Aunt Meow's Congee. 2. To study consumer satisfaction towards advertising media of Aunt Meow's Congee. The operation method consists of 2 parts as follows: Part 1) Creation and production of advertising media for Aunt Meow's Congee. The process of preparation is as follows: 1.The pre-production process is the inquiry and demand from the store. 2. The production process is the design of graphics and the placement of various characters with computerized program. 3. Post-production process before distributing the media, the organizer has brought the media to experts to verify its accuracy and bring it back to complete the correction. Part 2) A study of consumer satisfaction toward advertising media of Aunt Meow's Congee. Using quantitative research by survey method. Questionnaire was used as a tool to collect data from a sample of 100 people by means of random sampling. Statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation. The research results showed that most of the samples were female 60%, aged between 21 - 30 years old 41%, had a bachelor's degree 44%. The advertising media that the researcher has created and produced for Aunt Meow's Congee consists of storefront sign, food menu and logo, which can be summarized as follows: the sample group had the highest level of satisfaction with the overall picture of the storefront sign, with an average of 4.60. The sample group had the highest level of satisfaction with the overall picture of the food menu, with an average of 4.59, and the sample group had the highest level of satisfaction with the overall picture of the logo, with an average of 4.73.

Keywords: Creation and Production, Advertising Media

บทนำ

จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้การจับจ่ายใช้สอยและกำลังซื้อของประชาชนลดลง รวมทั้งหลายธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมและบริการต้องหยุดชะงักลง แม้จะมีมาตรการมาช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจต่อไป แต่มาตรการส่วนใหญ่เป็นเพียงมาตรการระยะสั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ร้านโจ๊กป้าแมว เป็นร้านขายโจ๊กที่เปิดดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 41 ปี สถานที่ตั้งร้านจะอยู่บริเวณตรงข้ามเซเว่นตลาดสุภาพงษ์ ตลาดพร้าว 41 แยก 6 กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า 2 ช่องทาง ได้แก่ การเปิดขายหน้าร้านแบบปกติ และช่องทางการสั่งซื้อแบบออนไลน์ซึ่งตอนนี้ทางร้านก็ประสบปัญหาจากผลของการแพร่ระบาดของไวรัส

โควิด-19 ที่ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำจึงทำให้มีผลต่อยอดขายในปัจจุบันลดลง ทางร้านจึงมีความต้องการสื่อโฆษณา ณ จุดขาย ได้แก่ ป้ายหน้าร้านค้า เมนูอาหาร และโลโก้ (จิรัชทร จินนกุล, 2565) ซึ่งสื่อโฆษณานั้นจัดเป็นเครื่องมือสำคัญของสังคมบริโภคเพื่อการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ เพราะการโฆษณาคือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริโภค โดยอาศัยช่องทางสื่อต่างๆ ยิ่งธุรกิจการค้าเติบโตมากเท่าไรการแข่งขันเพื่อขายสินค้าและบริการยิ่งรุนแรงมากขึ้นเท่านั้น (กสทช., 2558) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการผลิตสื่อโฆษณา (3P) และหลักการออกแบบมาเป็นส่วนประกอบในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณานั้นจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคและเพื่อการส่งเสริมการขายให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมวต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว

นิยามศัพท์

1. การสร้างสรรค์และการผลิตสื่อโฆษณา หมายถึง การให้ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อเป็นการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมคล้อยตามเนื้อหาของสารที่โฆษณาออกไป อันเอื้ออำนวยจูงใจให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งในที่นี้คือการส่งเสริมการขายให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว
2. สื่อโฆษณา ณ จุดขาย หมายถึง สื่อโฆษณาป้ายหน้าร้าน เมนูอาหาร และโลโก้ ที่ปรากฏอยู่ที่ร้านโจ๊กป่าแมว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้สร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว
2. ได้ทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว
3. ร้านโจ๊กป่าแมวมีสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว

กระบวนการผลิตและสร้างสรรค์สื่อโฆษณามีวิธีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre- Production) เป็นการสอบถามข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจากทางร้านโจ๊กป่าแมวด้านการผลิตสื่อโฆษณา 2. ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นการออกแบบภาพกราฟิกและการจัดวางตัวอักษรต่างๆ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณา ได้แก่ ป้ายหน้าร้านค้า เมนูอาหาร และโลโก้ 3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ก่อนนำสื่อโฆษณาไปเผยแพร่ผู้จัดทำได้นำสื่อไปให้

ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน รวมถึงเจ้าของร้านโจ๊กป่าแมวเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำกลับมาปรับแก้จนเสร็จสมบูรณ์แล้วจึงทำการเผยแพร่ต่อไป

วิธีการวิจัยสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว

การประเมินความพึงพอใจสื่อโฆษณาด้วยการวิจัยประเมินผล ประชากร คือ บุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการในร้าน โจ๊กป่าแมว เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ที่คลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลจำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว

การสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว ประกอบด้วยการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre- production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post - Production) ดังนี้

ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre- Production)

1. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการเผยแพร่สื่อที่มีอยู่ให้ทันสมัยมากขึ้น โดยมีความต้องการผลิต โลโก้ เมนูสินค้า และป้ายหน้าร้านให้ใหม่



ภาพที่ 1 ภาพโลโก้และป้ายหน้าร้านแบบเดิมของสถานประกอบการ



ภาพที่ 2 เมนูแบบเดิมของสถานประกอบการ

โดยที่ผู้วิจัยได้นำโจทย์งานสร้างสรรค์ (Creative Brief) มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

เรื่อง : การสร้างสรรค์และการผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว

ลูกค้า (Client) : ร้าน “โจ๊กป่าแมว”

สินค้า (Product) : โจ๊ก

โอกาส/ปัญหา (Opportunity/Problem) : เนื่องจาก ร้าน “โจ๊กป่าแมว” ยังขาดสื่อโฆษณา ณ จุดขายที่มีความทันสมัยจะช่วยให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักและจะช่วยส่งเสริมการขายให้แก่ร้าน “โจ๊กป่าแมว”

วัตถุประสงค์ (Communication Objective) : 1. เพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณาให้แก่ร้านโจ๊กป่าแมว และ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว

ตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าหลัก (Target Consumer) : คือ ประชาชนทั่วไป

ผู้บริโภคมีความสำคัญกับสินค้าอย่างไร (Consumer Insight) : เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นประชาชนทั่วไป สื่อที่จะนำเสนอให้ประชาชนได้เห็นนั้นจึงควรเป็นสื่อที่เหมาะสมหรือข้อมูลให้ออกมาในรูปแบบเข้าใจง่ายและมีความน่าสนใจ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ จุดเด่น และประโยชน์ (Product proposition) : ร้าน “โจ๊กป่าแมว” มีจุดเด่นที่ราคาไม่แพง รสชาติอร่อย เดินทางสะดวก

ข้อมูลสนับสนุน (Supports) : ร้านยังขาดสื่อโฆษณาที่ทันสมัยและสวยงาม

เนื้อหาหลักหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสาร (Key messages) : เป็นการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่ โลโก้ร้านค้า เมนูสินค้า และป้ายหน้าร้าน

ลีลา แนวทางภาพลักษณ์ (Tone/Image) : ใช้รูปภาพและการออกแบบกราฟิกให้มีความดึงดูดใจและสร้างความน่าสนใจต่อผู้พบเห็น

ข้อกำหนดหรือสิ่งที่ต้องมีหรือต้องละเว้นในงานโฆษณา (Mandatories) : เป็นสื่อที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย และกระชับ หลีกเลี่ยงคำที่เข้าใจยาก กำหนดสีที่ใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

ประเภทของสื่อที่จะใช้เผยแพร่งานโฆษณา (Media) : โลโก้ เมนูสินค้า และ ป้ายหน้าร้าน

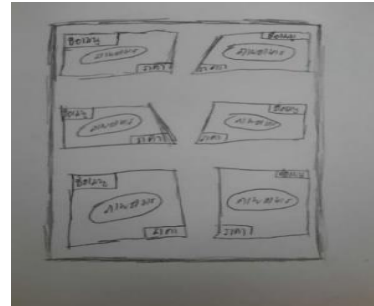
การวัดผลงานโฆษณา (Evaluation guideline) : ภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้เห็นสื่อโฆษณาร้านโจ๊กป่าแมว จะมีการวัดผลจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน

งบประมาณและค่าใช้จ่าย (Budget) : งบประมาณที่ใช้ 3,000 บาท

การออกแบบ (Artwork) : การออกแบบจะร่างลงในกระดาษเปล่า ซึ่งประกอบไปด้วย ภาพวาดลายเส้น มีการจัดวาง องค์ประกอบ เพื่อให้เห็นถึงคำอธิบายแต่ละส่วน และใช้เพื่อเป็นแนวทางการจำลองสำหรับการออกแบบจริง โดยจะทำการออกแบบจริงในโปรแกรมออกแบบกราฟิกสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หลังจากที่ได้นำเสนอแบบตามที่คุณประกอบการวางแผนทางไว้



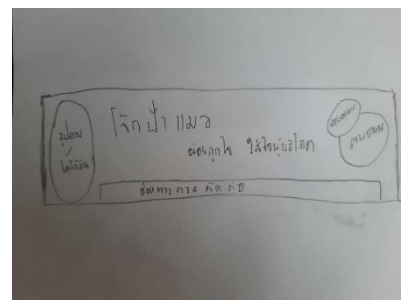
ภาพที่ 3 แบบร่างโลโก้ แบบที่ 1



ภาพที่ 4 แบบร่างโลโก้ แบบที่ 2



ภาพที่ 5 แบบร่างเมนูสินค้า



ภาพที่ 6 แบบร่างป้ายหน้าร้านค้า

ขั้นตอนการผลิต (Production)

การสร้างอาร์ตเวิร์คโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 7 โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

การออกแบบโลโก้

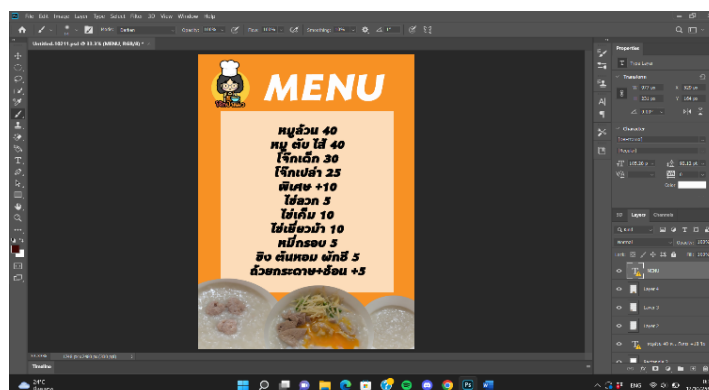


ภาพที่ 8 การออกแบบภาพพื้นหลัง ใส่รูปภาพการ์ตูน ชื่อร้าน และเบอร์โทรศัพท์



ภาพที่ 9 การออกแบบโลโก้ร้านค้าเสร็จสมบูรณ์

การออกแบบเมนูสินค้า

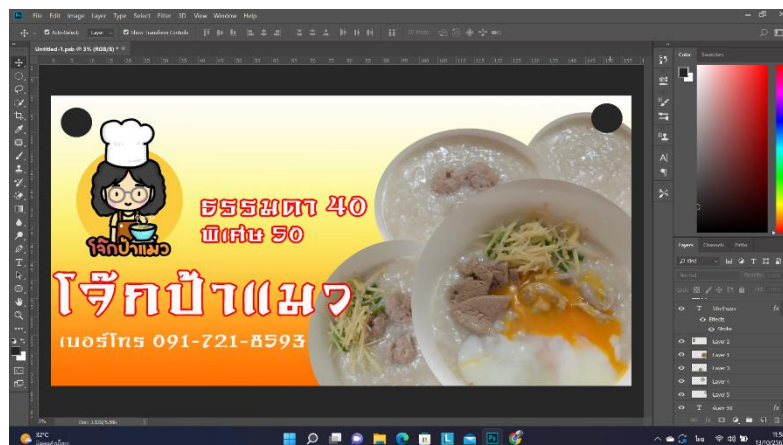


ภาพที่ 10 การออกแบบภาพพื้นหลัง ใส่รูปภาพการ์ตูน ชื่อสินค้า ราคา และภาพอาหาร



ภาพที่ 11 การออกแบบเมนูเสร็จสมบูรณ์

การออกแบบป้ายหน้าร้าน



ภาพที่ 12 การออกแบบภาพพื้นหลัง ใส่รูปภาพ ชื่อร้าน ราคา และช่องทางติดต่อด้วย



ภาพที่ 13 การออกแบบป้ายร้านค้าเสร็จสมบูรณ์

ขั้นตอนหลังการผลิต (Post - Production)

ผู้วิจัยได้นำสื่อที่ผลิตขึ้นไปทำการเผยแพร่ ได้แก่ ทำการติดตั้งป้ายหน้าร้าน เมนูอาหาร และโลโก้ร้าน ก่อนที่จะทำการประเมินผลสื่อทั้ง 3 ประเภทในขั้นตอนถัดไป

ผลการวิจัยสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาของร้านโจ๊กป่าแมว ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร และผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาป้ายหน้าร้านค้า เมนู และโลโก้ ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	60
หญิง	40	40
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	38	38
อายุ 21 – 30 ปี	41	41
อายุ 31 - 40 ปี	14	14
อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป	7	7
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 38 และ อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 14 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	16
มัธยมศึกษาตอนปลาย	27	27
ปริญญาตรี	44	44
อื่นๆ	13	13
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 27 และ มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 16 ตามลำดับ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาป้ายหน้าร้านค้า เมนู และโลโก้

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณา ป้ายหน้าร้านค้า

ลำดับ	สื่อโฆษณา ป้ายหน้าร้านค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
ด้านเนื้อหา				
1	ป้ายร้านค้ามีความทันสมัย	4.62	0.488	มากที่สุด
2	ป้ายร้านค้ามีความน่าสนใจ	4.54	0.459	มากที่สุด
3	ป้ายร้านค้ามีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง เหมาะสม	4.67	0.325	มากที่สุด
4	ป้ายร้านค้ามีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความครบถ้วน สมบูรณ์	4.58	0.391	มากที่สุด
รวม ด้านเนื้อหา		4.60	0.416	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ				
5	การออกแบบป้ายร้านค้ามีความสวยงาม	4.54	0.522	มากที่สุด
6	การออกแบบป้ายร้านค้ามีการเลือกใช้สีที่ถูกต้อง เหมาะสม	4.66	0.287	มากที่สุด
7	การออกแบบป้ายร้านค้ามีความสอดคล้องกับ เนื้อหา	4.67	0.304	มากที่สุด
8	การออกแบบป้ายร้านค้ามีการเลือกใช้รูปแบบของ ตัวอักษรที่เหมาะสม	4.57	0.456	มากที่สุด

ลำดับ	สื่อโฆษณา ป้ายหน้าร้านค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
9	การออกแบบป้ายร้านค้ามีการจัดวางตัวอักษรและ ภาพในตำแหน่งที่สวยงาม	4.62	0.446	มากที่สุด
รวม ด้านการออกแบบ		4.61	0.403	มากที่สุด
ด้านประโยชน์				
10	ป้ายร้านค้าสามารถสร้างการรับรู้และจดจำได้ง่าย	4.55	0.479	มากที่สุด
11	ป้ายร้านค้ามีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย	4.62	0.467	มากที่สุด
12	ป้ายร้านค้ามีส่วนช่วยในการกระตุ้นยอดขาย	4.59	0.410	มากที่สุด
รวม ด้านประโยชน์		4.59	0.452	มากที่สุด
ภาพรวมของสื่อโฆษณา ป้ายหน้าร้านค้า		4.60	0.424	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมของสื่อโฆษณา ป้ายหน้าร้านค้า ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 ในรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในด้านการออกแบบ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 และ ด้านประโยชน์ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณา เมนู

ลำดับ	สื่อโฆษณา เมนู	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
ด้านเนื้อหา				
1	เมนูมีความทันสมัย	4.54	0.501	มากที่สุด
2	เมนูมีความน่าสนใจ	4.57	0.498	มากที่สุด
3	เมนูมีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง เหมาะสม	4.61	0.343	มากที่สุด
4	เมนูมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์	4.62	0.383	มากที่สุด
รวม ด้านเนื้อหา		4.58	0.431	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ				

ลำดับ	สื่อโฆษณา เมนู	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
5	เมนูสินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม	4.51	0.587	มากที่สุด
6	เมนูสินค้ามีการเลือกใช้สีที่ถูกต้องในการออกแบบ	4.59	0.347	มากที่สุด
7	เมนูสินค้ามีการเลือกใช้ภาพที่เหมาะสม	4.59	0.389	มากที่สุด
8	การออกแบบเมนูสินค้ามีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.63	0.338	มากที่สุด
9	การออกแบบเมนูสินค้ามีการเลือกรูปแบบของ ตัวอักษรที่เหมาะสม	4.61	0.406	มากที่สุด
10	การจัดวางตัวอักษรและภาพในการออกแบบเมนู สินค้ามีความเหมาะสม	4.57	0.414	มากที่สุด
รวม ด้านการออกแบบ		4.58	0.414	มากที่สุด
ด้านประโยชน์				
11	เมนูสินค้าสามารถสร้างการรับรู้และจดจำได้ง่าย	4.61	0.364	มากที่สุด
12	เมนูสินค้ามีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย	4.60	0.387	มากที่สุด
13	เมนูสินค้ามีส่วนช่วยในการกระตุ้นยอดขาย	4.60	0.493	มากที่สุด
14	เมนูสินค้ามีความเหมาะสมต่อการแนะนำสินค้าภายใน ร้าน	4.60	0.493	มากที่สุด
รวม ด้านประโยชน์		4.60	0.434	มากที่สุด
ภาพรวมของสื่อโฆษณา เมนู		4.59	0.426	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมของสื่อโฆษณา เมนู ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 ในด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในด้านประโยชน์ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 สำหรับด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.58

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณา โลโก้

ลำดับ	สื่อโฆษณา โลโก้	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
ด้านเนื้อหา				

ลำดับ	สื่อโฆษณา โลโก้	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
1	โลโก้ร้านค้ามีความทันสมัย	4.77	0.220	มากที่สุด
2	เนื้อหาในโลโก้ร้านค้ามีความถูกต้อง	4.81	0.196	มากที่สุด
3	โลโก้ร้านค้ามีความน่าสนใจ	4.54	1.259	มากที่สุด
4	โลโก้ร้านค้ามีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความครบถ้วน สมบูรณ์	4.71	0.357	มากที่สุด
รวม ด้านเนื้อหา		4.72	0.508	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ				
5	การออกแบบโลโก้ร้านค้ามีความสวยงาม	4.73	0.262	มากที่สุด
6	การออกแบบโลโก้ร้านค้ามีการเลือกใช้สีที่ถูกต้อง เหมาะสม	4.75	0.252	มากที่สุด
7	มีการเลือกใช้ภาพที่เหมาะสมในการออกแบบโลโก้ ร้านค้า	4.61	0.890	มากที่สุด
8	การออกแบบโลโก้ร้านค้ามีการจัดวางตำแหน่งที่ เหมาะสม	4.77	0.199	มากที่สุด
9	การออกแบบโลโก้ร้านค้ามีความสอดคล้องกับ เนื้อหา	4.76	0.247	มากที่สุด
10	การออกแบบโลโก้ร้านค้ามีการเลือกใช้รูปแบบของ ตัวอักษรที่เหมาะสม	4.77	0.220	มากที่สุด
11	มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโลโก้ ร้านค้า	4.73	0.241	
12	ภาพรวมในการออกแบบโลโก้ร้านค้า สวยงาม	4.72	0.246	
รวม ด้านการออกแบบ		4.73	0.320	มากที่สุด
ด้านประโยชน์				
13	การออกแบบโลโก้ร้านค้าสามารถสร้างการรับรู้ และการ จดจำได้ง่าย	4.73	0.262	มากที่สุด
14	โลโก้ร้านค้าที่ออกแบบเป็นการเน้นการส่งเสริมการขาย	4.74	0.320	มากที่สุด

15	โลโก้ร้านค้าที่ออกแบบเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกระตุ้นยอดขาย	4.74	0.299	มากที่สุด
16	โลโก้ร้านค้าที่ออกแบบเหมาะสมต่อการนำไปใช้เพื่อการโฆษณา	4.75	0.252	มากที่สุด
รวม ด้านประโยชน์		4.74	0.283	มากที่สุด
ภาพรวมของสื่อโฆษณา โลโก้		4.73	0.370	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมของสื่อโฆษณา โลโก้ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.73 ในรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในด้านประโยชน์ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมาคือด้านการออกแบบ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.73 และด้านเนื้อหา ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.72

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านประโยชน์ของสื่อโฆษณา ป้ายร้านค้า ในประเด็นป้ายร้านค้ามีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับความรู้เกี่ยวกับการโฆษณา ที่ระบุว่า การโฆษณา (Advertising) เป็นการนำเสนอต่อสาธารณชน (Public Presentation) บอกข่าวสารสินค้าแก่คนจำนวนมากไม่เจาะจงเฉพาะตัวหรือกลุ่มข่าวสารต้องมีความเป็นสากลเข้าใจได้ทั่วไป กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรมซื้อ โดยมีการระบุชื่อสินค้า บริการ หรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจนนำเสนอโดยการผ่านสื่อต่างๆ (ชนเสณัฐ อาษา, 2565)

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านประโยชน์ของสื่อโฆษณา เมนูในประเด็นสามารถสร้างการรับรู้และจดจำได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการออกแบบ (กุลนิษฐ์ สอนวิทย์, ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า แนวทางการออกแบบสื่อโฆษณา จะต้องมึลักษณะดังนี้ คือ ขนาดและรูปแบบที่ถูกต้องเหมาะสมกับสินค้าเนื้อที่ของชั้นโชว์สินค้าและบริเวณพื้นที่จัดแสดงทั้งหมด ง่ายและสะดวกในการตกแต่งสวยงาม สะดุดตาของผู้บริโภคที่ตาเห็น มีความเป็นกันเอง สะดวกแก่การหยิบชม และทดลองสินค้า เหมาะสมกับฤดูกาลหรือความจำเป็นในการใช้สินค้าและมีรูปแบบที่น่าสนใจ สร้างการรับรู้และจดจำได้ง่าย

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านประโยชน์ของสื่อโฆษณา โลโก้ในประเด็นการออกแบบโลโก้ได้ เหมาะสมต่อการนำไปใช้เพื่อการโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่ระบุว่า โลโก้เป็นตราสัญลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจหรือเจ้าของตราสินค้ากำหนดขึ้นมาเพื่อสื่อความหมายที่เป็นลักษณะเฉพาะเกี่ยวกับตัวองค์กรหรือสินค้าให้ผู้บริโภคได้เกิดการจดจำผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ ที่องค์กรใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มตลาดเป้าหมาย (จินดาภา ศรีสำราญ และมานพ ชุ่มอุ่น, 2560)

ข้อเสนอแนะ

การสร้างสรรคและผลิตสื่อโฆษณา ณ จุดขายสำหรับสินค้าประเภทอื่นๆ ควรมีการใช้ภาษาที่ถูกต้องด้านการออกแบบควรมีการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่เหมาะสม เน้นการส่งเสริมการขาย มีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ มีความสวยงาม จัดจาง่าย และมีความคิดสร้างสรรค์

บรรณานุกรม

- กุลนิษฐ์ สอนวิทย์. (ม.ป.ป.). ทฤษฎีการออกแบบ. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- จินดาภา ศรีสำราญ และมานพ ชุ่มอ่อน. (2560). การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 4 ตุลาคม 2565. จาก <http://www.cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1268>
- จิรภัทร จินนกุล. (2565). สัมภาษณ์. 5 สิงหาคม 2565.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2563). การส่งเสริมการขาย. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 4 ตุลาคม 2565. จาก <https://maymayny.wordpress.com>
- ธนเสฏฐ์ อาษา. (2565). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 6 ตุลาคม 2565. จาก <https://sites.google.com/site/basicseling/hnwy-thi-4>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2558). เข้าถึงข้อมูลวันที่ 7 ตุลาคม 2565. จาก <http://bcp.nbtc.go.th/knowledge/list>

การครอบงำทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร Cultural domination of the Kamphaengphet craftsmanship wisdom

ศุภโชคชัย นันทศรี^{1*} พงษ์ไพโร ประภัสสร² วันสนันท์ นุชนารณ³ และธนัฐธนสร ชัยรักษ์นิธิภัทร⁴

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภูมิปัญญาการสื่อสารในศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร พบว่าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. ภูมิปัญญาการสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจดีย์) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-อยุธยา กลุ่มที่ 2 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย และกลุ่มที่ 3 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา-อยุธยา : เจดีย์ที่มีส่วนรองรับระฆังเป็นบัวคว่ำ บัวหงายแบบล้านนา และ 2. ภูมิปัญญาการสื่อสารในงานปฎิมากรรม (พระพุทธรูป) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การสื่อสารในงานพระพุทธรูปหมวดใหญ่ สมัยสุโขทัยตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร กลุ่มที่ 2 การสื่อสารในงานอิทธิพลพระพุทธรูปล้านนาตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร และกลุ่มที่ 3 การสื่อสารในงานอิทธิพลศิลปะอยุธยาตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร 2) การครอบงำทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรในงานศาสนสถาน ตามแนวคิดแกรมซี ผลการศึกษาพบว่า ช่างศิลปกรรมกำแพงเพชรได้สร้างงานเจดีย์ และพระพุทธรูปด้วยระบบวิธีคิด โลกทัศน์ ความเชื่อ และค่านิยมจากการได้รับอิทธิพลมาจากหัวเมืองใหญ่ได้แก่สุโขทัย อยุธยา และล้านนา จนเป็นเอกลักษณ์ของงานศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรตลอดจนได้ขยายการสร้างงานศิลปกรรมโดยเฉพาะการสร้างพระพุทธรูปสกุลช่างกำแพงเพชรไปยังเมืองพะเยาในพุทธศตวรรษที่ 21 – 22 ปัจจุบันงานศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรได้เสื่อมสภาพไปตามกาลเวลาแต่ยังปรากฏให้เห็นหลักฐานให้เห็นอยู่บ้าง

คำสำคัญ : การครอบงำทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่าง ศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร

Abstract

This article aimed to study 1) the communication for the cultural domination in craftsman arts of Kamphaengphet, it divide in two groups 1. The communication for the cultural domination in Place of worship and architectural (Bell) comprise of tree groups 1. Bell-shaped Stupas of Sukhothai - Ayutthaya 2. Bell-shaped Stupas of Sukhothai style

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

³ อาจารย์ วิชาศิลปกรรมและประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁴ อาจารย์ การเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

*ผู้ประสานหลัก noth_hihi@hotmail.com

cultural domination of technical fine art of Kamphaeng Phet technicians based on the concept of Gramsci showed that Kamphaeng Phet technicians has built pagoda and Buddha statue by systems thinking, worldview, belief and values that influenced by the big cities, such as Sukhothai, Ayutthaya and Lanna until they became the characteristic of artwork of Kamphaeng Phet technicians. Furthermore, the artworks has expanded, especially building Buddha image of Kamphaeng Phet technicians to Phayao City in the 21st - 22nd century. At present, the fine art of Kamphaeng Phet technicians has been degenerated as time flied but there were still some evidences left.

Keywords: cultural domination, the wisdom of technical fine art, the fine art of KamphaengPhet technicians.

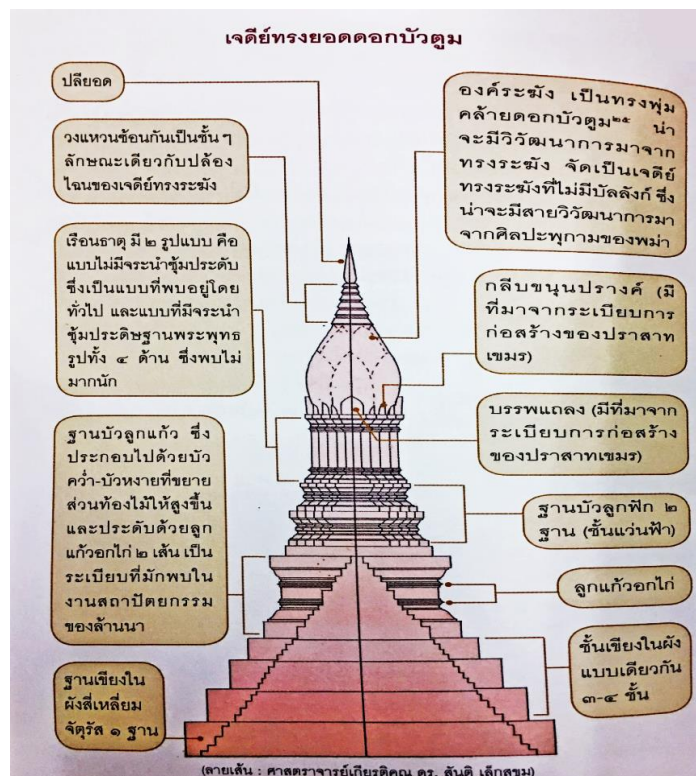
บทนำ

ภูมิปัญญาการสื่อสารในศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร

ภูมิปัญญาการสื่อสารในศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรในบทความนี้ หมายถึง ศาสนสถาน (สถาปัตยกรรม) และ ศาสนวัตถุ (ปฏิมากรรม) เพื่อรับใช้พุทธศาสนาของช่างท้องถิ่นเมืองกำแพงเพชรโบราณ ศักดิ์ชัย สายสิงห์ (ม.ป.ป.) หน้า 8-20 ได้แบ่งศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรไว้ 2 รูปแบบดังนี้ คือ 1. การสื่อสารในงานศาสนสถาน (สถาปัตยกรรม) 2. การสร้างความเข้าใจภูมิปัญญาของงานปฏิมากรรม (พระพุทธรูป) แบ่งออกเป็น

1. ภูมิปัญญาการสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจดีย์) แบ่งออกเป็น 1.1 การสื่อสารในงานศาสนสถาน (สถาปัตยกรรม)สกุลช่างกำแพงเพชรในสมัยสุโขทัย 1.2 การสื่อสารในงานศาสนสถาน (สถาปัตยกรรม) สกุลช่างกำแพงเพชรหลังสมัยสุโขทัย

1.1 การสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจดีย์) สกุลช่างกำแพงเพชรในสมัยสุโขทัย สถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นจะมีลักษณะเป็นเจดีย์ทรงดอกบัวตูมซึ่งเมืองกำแพงเพชรตามหลักฐานได้แก่ วัดเจดีย์กลางทุ่ง วัดพระเจดีย์ทอง วัดกะโลทัย วัดเจดีย์ยอดทอง วัดสิงห์ วัดวังพระธาตุ (ไตรตรึงษ์) และวัดพระบรมธาตุ (นครชุม) ปัจจุบันถูกสร้างครอบด้วยเจดีย์แบบมอญพม่า



ภาพที่ 1 รูปแบบเจดีย์ทรงดอกบัวตูมในสมัยสุโขทัยที่พบในจังหวัดกำแพงเพชร
(ที่มา : ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2561)

อย่างไรก็ตามเจดีย์ทรงดอกบัวตูมที่ยังคงเหลือรูปแบบสมบูรณ์ให้ศึกษาได้ คือ เจดีย์วัดกะโลทัยและเจดีย์กลางทุ่ง เจดีย์ทั้ง 2 องค์มีระเบียบเดียวกับเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมโดยทั่วไป โดยเฉพาะส่วนสำคัญ คือ ส่วนฐานบันลูกฟัก 2 ชั้น เพียงแต่ส่วนที่เป็นลูกแก้วอกไก่และลูกฟักได้รับการบูรณะใหม่โดยกรมศิลปากรทำเป็นแถบสี่เหลี่ยมธรรมดาไม่ได้ปั้นปูนเป็นลวดลายบัวลูกแก้วอกไก่และลูกฟัก แต่ก็ทำความเข้าใจได้ว่าเป็นลูกแก้วอกไก่และลูกฟักตามระเบียบของฐานเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม สำหรับวัดกะโลทัยนั้นมีรูปแบบครบถ้วนสมบูรณ์ ส่วนที่วัดเจดีย์กลางทุ่งมีส่วนที่แตกต่างจากระเบียบของเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมเพียงเล็กน้อยคือ มีส่วนฐานและชั้นเขียนที่อาจผิดระเบียบอยู่ เพราะมี ชั้นเขียน 3 ชั้น แต่ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 3 สูงกว่าชั้นที่ 2 มากและผิดส่วนและผิดระเบียบของเจดีย์รูปแบบนี้ จึงสันนิษฐานว่าน่าจะเกิดจากการซ่อมผิด ซึ่งจริงๆ ควรจะเป็นชั้นเขียนที่มีสัดส่วนเท่าๆกัน ประมาณ 4-5 ชั้น ตามระเบียบโดยทั่วไป ดังภาพที่ 2 และ 3



ภาพที่ 2 รูปแบบเจดีย์ทรงดอกบัวตูมของวัดกะโลทัย



ภาพที่ 3 รูปแบบเจดีย์ทรงดอกบัวตูมของวัดเจดีย์กลางทุ่ง

เจดีย์วัดวังพระธาตุ เมืองไทรตรัง ซึ่งอยู่ห่างจากเมืองกำแพงเพชรลงมาทางทิศใต้ ราว 11 กิโลเมตร เป็นวัดที่สำคัญที่สุดของเมืองเปรียบเสมือนมหาธาตุประจำเมือง รูปแบบของเจดีย์มีระเบียบโดยรวมเหมือนกับเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมทุกประการ มีส่วนที่แตกต่างอยู่ 2 ส่วนและนับเป็นส่วนสำคัญมาก คือ มีฐานบัวลูกแก้วอกไก่แบบเตี้ย เพิ่มมา 1 ฐาน และฐานเชิงกว้างมาก ซึ่งฐานส่วนนี้ไม่เคยปรากฏในเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมเลย จากการเพิ่มฐานบัวทำให้ส่วนชั้นเขียนเหลือเพียง 3 ชั้น ซึ่งพิจารณาส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เพิ่มขึ้นอาจเป็นรุ่นหลังที่มีการบูรณะ เมื่อเพิ่มแล้วจึงมาลดชั้นเขียนเหลือเพียง 3 ชั้น อีกส่วนหนึ่งของรูปแบบที่เปลี่ยนไปเล็กน้อย คือ ส่วนฐานบัวที่รูปแบบโดยทั่วไปเป็นฐานบัวลูกแก้วอกไก่ 2 เส้น แต่ที่นี่เป็นลูกพัก 2 เส้น ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อน อาจจะเป็นการบูรณะผิดของคนในยุคหลังที่ไม่เข้าใจรูปแบบเดิมแล้ว ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 เจดีย์วัดวังพระธาตุ

ส่วนวัดเจดีย์ทองและวัดสิงห์ ปัจจุบันสภาพพังทลายจนไม่สามารถศึกษาระเบียบได้อย่างละเอียด อาจกล่าวได้ว่าเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมเมืองกำแพงเพชรนั้นมีหลักฐานสำคัญ คือ วัดพระบรมธาตุที่มีหลักฐานเดิมว่า เป็นเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมและมีจารึกที่พบในวัดนี้ คือจารึกหลักที่ 33 นครชุมที่กล่าวถึง พญาสิทธิเสด็จมาประดิษฐานพระธาตุยังเมืองกำแพงเพชร ในปี พ.ศ. 1900 จึงอาจเป็นข้อสันนิษฐานได้ว่าเจดีย์ที่พระองค์ทรงสถาปนาจะเป็นเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม ทำให้อาจกล่าวได้ต่อไปอีกว่าทั้งวัดเจดีย์กลางทุ่ง

และวัดเจติยทอที่อยู่บริเวณเมืองนครชุมอันเป็นเมืองในสมัยสุโขทัย น่าจะสร้างขึ้นในระยะเวลาเดียวกันนี้ หรืออาจจะหลังกว่าเพียงเล็กน้อย

1.2 การสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจติย) สกุลช่างกำแพงเพชรหลังสมัยสุโขทัย เป็นสถาปัตยกรรมภายหลังจากอาณาจักรสุโขทัยถูกผนวกกับกรุงศรีอยุธยา เมืองสำคัญในช่วงนี้มาอยู่ที่กำแพงเพชรและพิษณุโลกแต่หลักฐานทางศิลปกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในช่วงระยะเวลานี้พบหลักฐานค่อนข้างมากที่เมืองกำแพงเพชร ได้แก่ กลุ่มเจติยทรงระฆังที่การผสมผสานระหว่างเจติยแบบสุโขทัย ล้านนาและอยุธยา บทบาทของอยุธยาและล้านนาปรากฏอยู่ในพุทธศตวรรษที่ 21 สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 การสื่อสารในงานเจติยทรงระฆังแบบสุโขทัย-อยุธยา (ที่มีอิทธิพลศิลปะอยุธยา)

: เจติยที่มีสิ่งหล่อ

เจติยวัดพระแก้วมีลักษณะโดยรวมที่ยังเป็นเจติยทรงระฆังแบบสุโขทัย คือ มีชุดบัวถลารองรับองค์ระฆัง และเป็นกลุ่มเจติยแบบพิเศษ คือ การมีช่องจระนำที่ฐานประดิษฐานพระพุทธรูปโดยรอบลักษณะเดียวกับเจติยวัดช้างล้อม เมืองศรีสัชนาลัย และ ที่ฐานมีการประดับสิ่งหล่อ (รูปที่ 6) โดยรูปแบบแล้วเหมือนกับช้างล้อม ปัจจุบันส่วนหัวสิ่งหล่อชำรุดหายไปหมดแล้ว แต่สิ่งที่ทำให้ทราบว่าเป็นสิ่งหล่อโดยดูจากเท้าสิ่งหล่อที่มีกรงเล็บยื่นออกมา ต่างจากเท้าช้างที่จะตรงๆ นอกจากนี้ยังดูจากเครื่องทรงของสิ่งหล่อคล้ายกับเครื่องทรงที่ปรากฏในเจติยสิ่งหล่อ สมัยอยุธยา ดังภาพที่ 5 และภาพที่ 6



ภาพที่ 5 เจติยวัดพระแก้ว



ภาพที่ 6 ฐานเจติยรูปสิ่ง

เจติยวัดสิ่งหล่อสันนิษฐานได้ว่า ได้รับอิทธิพลมาจากอยุธยาเพราะในศิลปะสุโขทัยไม่พบว่ามีการทำเจติยที่มีสิ่งหล่อในลักษณะนี้ แต่พบอยู่ในศิลปะสมัยอยุธยาตอนต้นกลุ่มหนึ่ง เช่น เจติยที่วัดธรรมิกราช วัดแม่นางปลื้ม วัดสามวิหาร เป็นต้น ซึ่งกำหนดอายุว่าอยู่ในสมัยอยุธยาตอนต้น เพราะลักษณะของสิ่งหล่อเป็นแบบที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะเขมร สอดคล้องกับหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวว่าเจ้าสามพระยาได้เสด็จไปตีอาณาจักรกัมพูชาได้และมีการนำสิ่งหล่อและทวารบาล สำริด จากเมืองพระนคร มายังพระนครศรีอยุธยา แต่ในภายหลังเมื่อพระเจ้าบุเรงนองมาตีกรุงศรีอยุธยา ได้นำประติมากรรมชุดดังกล่าวไปไว้ยังเมืองพม่า จึงสันนิษฐานว่า การนำประติมากรรมรูปสิ่งหล่อมาประดับฐานเจติยแทนช้าง น่าจะเกิดขึ้นในรัชกาลเจ้าสามพระยาเป็นต้นมา เพราะทั้งลักษณะและรูปแบบนั้นเหมือนกับประติมากรรมสิ่งหล่อสำริดในศิลปะเขมรนั้น กับอีกส่วน

หนึ่งลวดลายที่ประดับสิ่ง เป็นลายแบบอยุธยาตอนต้นที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะเขมร คล้ายกับลายกรวยเชิง และสอดคล้องกับรูปแบบของเจดีย์ทรงระฆังในกลุ่มนี้ที่มีส่วนรองรับองค์ระฆังเป็นชุดบัวคว่ำ-บัวหงายในผังแปดเหลี่ยม ซึ่งจัดเป็นงานศิลปะในสมัยอยุธยาตอนต้น ในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 20 เป็นต้น



ภาพที่ 7 รูปแบบสันนิษฐาน วัดสิงห์

(ที่มา : สันติ เล็กสุขุม, 2557)

กลุ่มที่ 2 การสื่อสารในงานเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา : เจดีย์ที่มีฐานและส่วนรองรับองค์ระฆังแปดเหลี่ยม อิทธิพลศิลปะหริภุญชัย-ล้านนา

รูปแบบเจดีย์วัดพระธาตุมีฐานฐานที่แตกต่างจากที่พบอยู่ในศิลปะสุโขทัยโดยทั่วไป คือ มีชั้นฐานเขียนในผังแปดเหลี่ยมหลายชั้น รองรับฐานบัวคว่ำ-บัวหงาย ซึ่งมีถึง 2 ฐาน อยู่ในผังแปดเหลี่ยมฐานชั้นล่างประดับลูกแก้วอกไก่กลางท่อนไม้ 1 เส้น ลูกแก้วอกไก่มีขนาดใหญ่มาก แตกต่างจากที่พบ โดยทั่วไป ซึ่งถือเป็นลักษณะพิเศษได้ โดยมีส่วนที่แตกต่าง คือ เจดีย์องค์นี้มีชั้นบัวคว่ำ-บัวหงายในผังแปดเหลี่ยมเพิ่มขึ้นอีก 1 ชั้น เป็นฐานบังลูกแก้วอกไก่ที่มีการประดับลูกแก้ว 2 เส้น ซึ่งลักษณะฐานในผังแปดเหลี่ยมนี้ไม่ใช่ศิลปะสุโขทัยและลังกา อีกส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลศิลปะล้านนา ได้แก่ บัลลังก์ในผังย่อมุมไม้สิบสองอันเป็นรูปแบบที่นิยมอยู่ในศิลปะล้านนาซึ่งมาจากสายเจดีย์ปาละ ส่วนสายเจดีย์สุโขทัยและอยุธยาจะเป็นผังสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่ได้สืบทอดมาจากศิลปะลังกากล่าวโดยสรุป คือ เจดีย์องค์นี้มีการผสมผสานรูปแบบระหว่างล้านนากับสุโขทัยโดยมีแผนผังที่เป็นแบบอยุธยาตอนต้นแล้ว ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงยุคสมัยที่สัมพันธ์กับเจดีย์วัดพระแก้วในสมัยอยุธยาตอนต้น ที่สุโขทัยน่าจะหมดอำนาจลงแล้ว เมืองกำแพงเพชรเป็นเมืองปากประตูที่ติดระหว่างล้านนากับอยุธยา จึงมีศิลปกรรมที่ผสมผสานกันทั้ง 3 สมัย คือ ที่เป็นแบบแผนดั้งเดิม คือ สุโขทัยและอยุธยาปนกับล้านนา และเจดีย์องค์นี้มีแรงบันดาลใจมาจากศิลปะล้านนามากกว่า



ภาพที่ 8 เจดีย์วัดพระธาตุ เมืองกำแพงเพชร

กลุ่มที่ 3 การสื่อสารในงานเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา-อยุธยา : เจดีย์ที่มีส่วนรองรับระฆังเป็นบัวคว่ำบัวหงายแบบล้านนา

วัดช้างรอบตั้งอยู่ในเขตอรัญญิก ด้านทิศเหนือของเมืองกำแพงเพชร ถือเป็นวัดที่มีขนาดใหญ่มา กว้างหนึ่งและน่าจะสร้างขึ้นตามคติของความเป็นศูนย์กลางจักรวาล กล่าวคือ มีการยกชั้นประทักษิณสูงมาก ทาง ขึ้นมีการประดับสิงห์และเทวดา รอบฐานประดับช้างโดยรอบ และที่ผนังทำเป็นงานปูนปั้นรูปต้นไม้ อาจ หมายถึง คติของป่าหิมพานต์ มีช้างเป็นผู้นำจักรวาลมีสิงห์ที่เป็นสัญลักษณ์ของป่าหิมพานต์และเทวดา เป็นทวารบาลหรือสัญลักษณ์ของสวรรค์ นอกจากนี้ทางนี้ทางขึ้นประทักษิณยังมีซุ้มประตูที่มียอดปราสาทอิ หด้วย ที่มีลานประทักษิณทั้ง 4 มีการประดับเจดีย์จำลอง (สถูปิกะ) ที่ฐานเจดีย์บริเวณชั้นประทักษิณ มีแฉก หงส์ โดย หงส์หมายถึง สัญลักษณ์ของสวรรค์ เช่นเดียวกัน เหมือนแฉกหงส์มีประติมากรรมปูนปั้นเล่าเรื่องพุทธ ประวัติที่แบ่งเป็นช่องๆ (ปัจจุบันชำรุดสูญหายเกือบหมดแล้ว) สำหรับรูปแบบเจดีย์ สภาพในปัจจุบันพังทลาย ลงมาเหลือตั้งแต่ฐานล่างขึ้นไปจนถึงชุดรองรับระฆังชั้นที่ 2 เท่านั้น แต่จากส่วนที่เหลือสามารถศึกษา รูปแบบได้จากส่วนรองรับระฆัง ที่ทำเป็นชุดบัวคว่ำ-บัวหงายเตี้ยๆท้องไม่ประดับลูกฟัก 1 เส้นเต็มท้องไม้ น่าจะมี 3 ชั้น ตามระเบียบของเจดีย์ทรงระฆังทั่วไป และส่วนองค์ระฆังละยอดก็น่าจะเหมือนเจดีย์ทรงระฆัง โดยทั่วไป

ลักษณะสำคัญที่ช่วยในการกำหนดอายุได้ คือ ลวดลายประดับช้าง ได้พบว่าลายส่วนใหญ่เป็น ลายพรรณพฤกษา คือ ลายดอกไม้ม้วน มีลวดลายที่ใบระกาที่ส่วนคอช้าง ได้พบว่าลายส่วนคอช้างนั้น เหมือนกับลวดลายที่ผ้านุ่งของเทวรูปสำริดพระอิศวรที่พบที่เมืองกำแพงเพชร มีจารึกที่ฐานระบุ พ.ศ. 205 ดังนั้นลวดลายนี้จึงน่าจะมีความสัมพันธ์กันและเป็นลายที่เกิดขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น อายุของเจดีย์จึงน่าจะ ร่วมสมัยกับอายุพระอิศวรองค์นี้ คือในราวต้นถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 21 แล้ว



ภาพที่ 9 รูปรายละเอียดเจดีย์วัดช้างรอบ เมืองกำแพงเพชร (ที่มา : ศักดิ์ชาย สายสิงห์, 2561)

ดังนั้น ผู้เขียนสรุปได้ว่าภูมิปัญญาการสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจดีย์) สกulptช่างกำแพงเพชรในสมัยสุโขทัยเป็นรูปแบบเจดีย์ทรงดอกบัวตูม โดยได้รับแรงบันดาลใจของสกulptช่างสุโขทัยอิทธิพลซึ่งมีกระบวนการรับรู้ประยุกต์สร้างสรรค์ศิลปกรรมสกulptช่างเมืองกำแพงเพชรโดยมีกลีบขนุนปรารงค์ บรรพแถลง เป็นแบบของเขมร เรือนธาตุ 2 รูปแบบ คือ แบบไม่มีระฆังนำขั้วประดับ และแบบมีระฆังนำขั้วประดับฐานฐานลูกบัวแก้วประกอบไปด้วยบัวคว่ำ และบัวหงาย มีฐานบัวลูกฟัก 2 ฐาน (ชั้นแว่นฟ้า) ส่วนท้องประดับด้วยแก้วอกไก่ 2 เส้นเป็นระเบียบ เป็นแบบล้านนา และฐานเชิงในผังสี่เหลี่ยมจัตุรัส 1 ฐาน

การสื่อสารในงานศาสนสถาน สถาปัตยกรรม (เจดีย์) สกulptช่างกำแพงเพชรหลังสมัยสุโขทัย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-อยุธยา (ที่มีอิทธิพลศิลปะอยุธยา) : เจดีย์ที่มีสิ่งห่อล้อม กลุ่มที่ 2 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา : เจดีย์ที่มีฐานและส่วนรองรับระฆังแปดเหลี่ยม อิทธิพลศิลปะทวารวดี-ล้านนา และกลุ่มที่ 3 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา-อยุธยา : เจดีย์ที่มีส่วนรองรับระฆังเป็นบัวคว่ำ บัวหงายแบบล้านนา ทั้งนี้เพราะว่าเมืองกำแพงเพชรเป็นจุดพักของการเดินทางหรือการรับจากหัวเมืองเหนือลงหัวเมืองใต้และจากหัวเมืองใต้ขึ้นมาหัวเมืองเหนือซึ่งช่างศิลปกรรมกำแพงเพชรได้นำเอาจุดเด่นต่างๆของหัวเมืองใหญ่เหล่านี้มาสร้างเจดีย์เป็นรูปแบบของตนจนเป็นเอกลักษณ์ของสกulptช่างกำแพงเพชรเพื่อตอบสนองการรับใช้พระพุทธศาสนา

2. ภูมิปัญญาการสื่อสารในงานงานปฏิมากรรม (พระพุทธรูป) จากการศึกษาพระพุทธรูปเมืองกำแพงเพชร ได้แบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้ 2.1 การสื่อสารในงานพระพุทธรูปหมวดใหญ่ สมัยสุโขทัย 2.2 การสื่อสารในงานอิทธิพลพระพุทธรูปล้านนา 2.3 การสื่อสารในงานอิทธิพลศิลปะอยุธยา

2.1 การสื่อสารในงานพระพุทธรูปหมวดใหญ่ สมัยสุโขทัย เป็นสกุลช่างกำแพงเพชรมีลักษณะย่อยที่สามารถแบ่งได้เป็นหมวดกำแพงเพชรตามที่ใช้น้อยโดยทั่วไป คือ พระพุทธรูปที่มีลักษณะเช่นเดียวกับพระพุทธรูปหมวดใหญ่ในสมัยสุโขทัยแต่ลักษณะเฉพาะของสกุลช่างกำแพงเพชร คือ พระนลาฏกว้าง และพระหนุเสียม พระพักตร์ยาวอย่างมาก เมื่อพระพักตร์ยาวทำให้ส่วนต่างๆยาวหรือสูงตามไปด้วย ได้แก่ พระเศียร (ขมวดพระเกศา) สูง พระอุษณิษะสูง และพระรัศมีทรงสูงอย่างมากด้วยเช่นกัน ถ้าเทียบสัดส่วนกับพระพุทธรูปหมวดใหญ่โดยทั่วไปในศิลปะสุโขทัย จะมีขมวดพระเกศาเล็กกว่าหมวดใหญ่อย่างมากและใกล้เคียงกับพระพุทธรูปสมัยอยุธยา และได้พบว่าในหมวดกำแพงเพชรนี้ส่วนหนึ่งมีอิทธิพลของศิลปะอยุธยาเข้ามาผสม ได้แก่ การทำพระชนงที่ระหว่างพระชนงกับเส้นเปลือกพระเนตรที่ป้ายเป็นแผ่นโค้ง และพระโอษฐ์บางครั้งไม่หยักเป็นคลื่นแบบสุโขทัย แต่เป็นพระโอษฐ์ที่ยกกริมพระโอษฐ์แบบอยุธยา ตัวอย่างพระพุทธรูปสำคัญคือพระพุทธรูปสำริดพบจากวัดต่างๆ ในเมืองกำแพงเพชร จัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร เช่น พระพุทธรูปปางมารวิชัย (ดังภาพที่ 10 และภาพที่ 11)



ภาพที่ 10 พระพุทธรูปปางมารวิชัย หมวดกำแพงเพชร
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กำแพงเพชร



ภาพที่ 11 พระเศียรพระพุทธรูป หมวดกำแพงเพชร
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กำแพงเพชร

2.2 การสื่อสารในงานอิทธิพลพระพุทธรูปล้านนา เป็นกลุ่มพระพุทธรูปขัดสมาธิเพชร ลักษณะโดยรวมแล้วแสดงให้เห็นถึงรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างพระพุทธรูปขัดสมาธิเพชรในศิลปะล้านนาและสุโขทัยอย่างแท้จริง โดยมีลักษณะเฉพาะแบบสุโขทัยปรากฏอยู่และเป็นลักษณะที่แตกต่างจากพระพุทธรูปขัดสมาธิเพชรในศิลปะล้านนา คือ การประทับนั่งขัดสมาธิเพชรเป็นแบบสุโขทัยที่พระขงไขว้กันชัดเจนเป็นสามเหลี่ยม และพระบาทลอยขึ้นไม่เรียบเสมอกันแบบล้านนา และมีชายผ้า 2 ชายซ้อนกัน ปลายม้วนคล้ายเขี้ยวตะขาบ อย่างไรก็ตามพระพักตร์ของพระพุทธรูปเมืองกำแพงเพชรกลับมีลักษณะที่ต่างไปจากสุโขทัยอย่างมาก คือ พระพักตร์เล็กพระโอษฐ์เล็ก ไม่ใช่พระโอษฐ์หยักเป็นครึ่งแบบสุโขทัย ส่วนพระวรกายค่อนข้างเล็กและป้อม จากลักษณะของการผสมผสานรูปแบบระหว่างล้านนากับสุโขทัยเป็นแบบที่พัฒนาไปจากต้นแบบแล้ว ซึ่งน่าจะสร้างขึ้นในช่วงหลังกว่าที่พบที่สุโขทัย และสร้างขึ้นตามคติของพระพุทธรูปสี่องค์ในล้านนา ที่แพร่หลายอย่างมากในช่วงพุทธศตวรรษที่ 21 แล้ว โดยเฉพาะภายหลังจากสุโขทัยหมดอำนาจลงและผนวกเข้ากับอยุธยา เมืองกำแพงเพชรกลางเป็นเมืองศูนย์กลางการติดต่อกันระหว่างล้านนากับอยุธยา โดยได้พบงานศิลปกรรมทั้งเจดีย์และพระพุทธรูปที่มีการผสมผสานกันระหว่างศิลปะล้านนากับศิลปะอยุธยาอย่างแท้จริง ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 พระพุทธรูปปางมารวิชัย ขัดสมาธิเพชร
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กำแพงเพชร

2.3 การสื่อสารในงานอิทธิพลศิลปะอยุธยา เป็นพระพุทธรูปสุโขทัยได้รับอิทธิพลศิลปะอยุธยา มีลักษณะของการทำพระชนงป่าย หรือลักษณะพระโอษฐ์ที่เป็นแบบอยุธยา และที่เป็นกลุ่มพระพุทธรูปแบบอยุธยา ได้แก่ พระพุทธรูปแบบอุทธรู้นที่ 2 และแบบอุทธรู้นที่ 3 พระพุทธรูปดังกล่าวมีลักษณะสำคัญของพระพุทธรูปแบบอุทธรู้น ได้แก่ การมีไโรพระศก ขมวดพระเกศาเป็นเกลียวเล็กมาก พระรัศมีเป็นเปลวสูงอย่างมาก ประทับนั่งบนฐานหน้ากระดานหรือฐานบัวที่ว่าเป็นร่อง ส่วนที่เป็นพระพุทธรูปแบบอุทธรู้นที่ 2 คือ พระพักตร์สี่เหลี่ยมสี่พระพักตร์ถ่มึงทั้ง ส่วนที่เป็นแบบอุทธรู้นที่ 3 คือพระพักตร์ยาวและมีลักษณะเดียวกับพระพุทธรูปหมวดใหญ่สมัยสุโขทัย เพียงแต่มีส่วนที่แตกต่างอย่างมากคือ ขมวดพระเกศาเล็กมาก พระรัศมีเป็นเปลวสูงอย่างมาก มีไโรพระศก เป็นต้น ดังภาพที่ 13



ภาพที่ 13 ศิลปะพระพุทธรูปปางมารวิชัย อิทธิพลศิลปะอยุธยา
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

ดังนั้น ผู้เขียนสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาการสื่อสารในงานงานปฎิมากรรม (พระพุทธรูป) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การสื่อสารในงานพระพุทธรูปหมวดใหญ่ สมัยสุโขทัยตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร คือ พระนลาฏกว้าง และพระหนุเสี่ยม พระพักตร์ยาวอย่างมากทำให้ส่วนต่างๆยาวหรือสูงตามไปด้วย ได้แก่ พระเศียร(ขมวดพระเกศา)สูง พระอุษณิษะสูง และพระรัศมีทรงสูงอย่างมากกลุ่มที่ 2 การสื่อสารในงานอิทธิพลพระพุทธรูปล้านนาตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร คือ พระพักตร์เล็กพระโอษฐ์เล็ก พระวรกายค่อนข้างเล็ก

และป้อม โดยพระพุทธรูปการประทับนั่งขัดสมาธิเพชรเป็นแบบสุโขทัยที่พระซงฆ์ไขว้กันชัดเจนเป็นสามเหลี่ยม และพระบาทลอยขึ้นไม่เรียบเสมอกันแบบล้านนา และมีชายผ้า 2 ชายซ้อนกัน ปลายม้วนคล้ายเขี้ยวตะขาบ และกลุ่มที่ 3 การสื่อสารในงานอิทธิพลศิลปะอยุธยาตามลักษณะสกุลช่างกำแพงเพชร คือ ไรพระศก ขมวดพระเกศาเป็นเกลียวเล็กมาก พระรัศมีเป็นเปลวสูงอย่างมาก ประทับนั่งบนฐานหน้ากระดานหรือฐานบัวที่ว่าเป็นร่อง

การครอบงำทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรในงานศาสนสถาน

แกรมซี Gramsci อ้างถึงใน บาลานซ์ และเดวิส (Baran & Davis, 2009, p. 201) กล่าวว่าสาระสำคัญของทฤษฎีการครอบงำทางวัฒนธรรม (Cultural Hegemony) คือ “การสร้างระบบวิธีคิด โลกทัศน์ ความเชื่อ และค่านิยมของชนชั้นหนึ่งให้เป็นระบบคิดหลัก และกีดกันระบบคิดอื่นออกไปอยู่ชายขอบตามปกติ อุดมการณ์หลักของสังคมแต่ละแห่ง คือชุดของแนวคิดพื้นฐาน ซึ่งจัดเป็นสามัญสำนึกของพลเมืองในสังคมนั้น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ร่องรอยของการจัดสรรอำนาจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย อุดมการณ์หลักของสังคม ทำให้โครงสร้างของอำนาจดูราวกับว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ เรื่องปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะฉะนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่อุดมการณ์หลักจะถูกท้าทายเป็นระยะ” ทฤษฎีนี้ไม่ได้ให้ความสนใจต่อปัจจัยหรือสภาวะทางเศรษฐกิจและโครงสร้างที่เป็นตัวกำหนดอุดมการณ์ของชนชั้น (โครงสร้างของความไม่เสมอภาคทางชนชั้น) แต่ทฤษฎีนี้กลับไปเน้นตัวอุดมการณ์เอง โดยให้ความสนใจต่อตัวอุดมการณ์หรือแนวความคิดในฐานะที่เป็นรูปลักษณะของการแสดงออก และวิธีการที่ทำให้เกิดความหมายขึ้น (หรือวิธีการที่ชัดเจน) ตลอดจนความเป็นระบบหรือกลไกของอุดมการณ์ที่สามารถทำให้เกิดการยอมรับปฏิบัติตาม รวมทั้งความสำเร็จของอุดมการณ์ในการสร้างจิตสำนึก ตามความเชื่อของแกรมซี อุดมการณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น เมื่อถูกสร้างขึ้นโดยไม่ได้มีอยู่ตามธรรมชาติ จึงเป็นเรื่องธรรมดาที่จักต้องถูกท้าทายด้วยอุดมการณ์ใหม่ๆ จากกลุ่มอำนาจอื่นที่แสวงหาอำนาจเช่นกัน ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าอำนาจทางสังคมของชนชั้นน่าจะได้รับการเสริมสร้างให้มั่นคงยิ่งขึ้นเมื่อประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้ถึงสภาพความเป็นจริงของสังคม โดยเน้นถึงความชอบธรรมของสถาบันของชนชั้นนำที่ได้รับการสถาปนาขึ้นมาจากชนชั้นปกครองได้แก่ ได้แก่ กษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ ขุนนางชั้นผู้ใหญ่ และหากมีกลุ่มที่ต้องท้าทายสิ่งเก่าๆ ของสังคมขึ้นมาจะมีการสร้างภาพพจน์ให้กลุ่มท้าทายดังกล่าวขาดความชอบธรรมในการกระทำของตน ซึ่งในสมัยนั้นเวลาเดินทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือการเดินทางไปรบจะนำช่างฝีมือศิลปกรรมร่วมขบวนไปด้วยทั้งนี้เพื่อเผยแพร่ศิลปะวิทยาการของตนตลอดจนการครอบงำทางวัฒนธรรมของตนแก่พื้นที่เมืองกำแพงเพชร ประกอบกับเมืองกำแพงเพชรเป็นเมืองด่านด่านทำให้ได้รับอิทธิพลจากเมืองใหญ่ได้แก่ สุโขทัย ล้านนา อยุธยา ทำให้ศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรต้องสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตนโดยผสมผสานวัฒนธรรมงานศิลปกรรมเข้ากับหัวเมืองใหญ่

นอกจากนี้ การครอบงำทางวัฒนธรรมของสกุลช่างกำแพงเพชรไปยังพะเยา ล้านนา และเชียงใหม่ ศิลปะสกุลช่างกำแพงเพชรนอกจากจะเผยแพร่อิทธิพลไปเป็นส่วนหนึ่งส่วนเสริมเป็นรูปแบบต้นแบบ ดังเดิมของกรุงศรีอยุธยาแล้วยังได้มีการเผยแพร่อิทธิพลเกี่ยวกับในด้านพุทธปะติมากรรมพระพุทธรูปทางตอนเหนือ ซึ่ง

อยู่ในแถบของเมืองพะเยาทางตอนเหนือ พระพุทธรูปสลักจากศิลาทรายสกุลช่างพะเยาใน ระยะเวลาแรกๆมีรูปแบบคล้ายคลึงกับพระพุทธรูปแบบเชียงแสนรุ่นแรก จากนั้นจึงปรากฏการรับอิทธิพลจากศิลปะสุโขทัย สกุลช่างกำแพงเพชร อยู่ในช่วงสั้นๆก่อนจะมีพัฒนาการจนมีลักษณะเฉพาะพื้นถิ่นไปในที่สุด การคลี่คลายเป็นลักษณะพื้นบ้านของพระพุทธรูปสลักหินสกุลช่างพะเยานี้ เกิดขึ้นพร้อมกับการคลี่คลายของพระพุทธรูปตามเมืองอื่นๆในดินแดนล้านนา รวมทั้งที่เมืองเชียงใหม่แต่เนื่องจากเป็นงานสลักศิลาจึงมีการ คลี่คลายที่หลากหลายน้อยกว่าในพระพุทธรูปสำริดหรือปูนปั้น และอาจเป็นเพราะพะเยาเป็นเมืองชายเขาที่ห่างไกลจากศูนย์กลางจึงทำให้มีวิวัฒนาการทางศิลปะดำเนินไปช้ากว่าเมืองที่อยู่ใกล้ศูนย์กลาง

การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพระพุทธรูปสลักศิลาสกุลช่างพะเยา แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบคือ

1. พระพุทธรูปสลักศิลาที่มีรูปแบบสัมพันธ์กันกับพระพุทธรูปหล่อด้วยสำริดแบบเชียงแสนรุ่นแรก
2. พระพุทธรูปรุ่นแรกของศิลปะสุโขทัยที่ปั้นด้วยปูน ทั้งยังเกี่ยวข้องกับอิทธิพลศิลปะหริภุญไชย โดยการสลักนิ้วพระหัตถ์ให้ยาวเท่ากัน
3. พระพุทธรูปสลักศิลาที่มีรูปแบบอันแสดงถึงอิทธิพลของพระพุทธรูปสุโขทัยที่วิวัฒนาการมาเป็นพระพุทธรูปที่เรียกว่าหมวดใหญ่และพระพุทธรูปสุโขทัยสกุลช่างกำแพงเพชร



ภาพที่ 14 รูปแบบพระพุทธรูปสลักศิลา

การแพร่หลายสู่เมืองเชียงใหม่ช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 20 ได้ปรากฏพระพุทธรูปสลักศิลาที่พะเยา เพราะช่วงเวลานั้นเมืองพะเยาถูกรวมอยู่ในแคว้นล้านนา ดังจะเห็นได้จากเศียรพระพุทธรูปศิลาทรายจากวัดศรีโคมคำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยาที่แสดงลักษณะแบบสุโขทัยคือ มีพระพักตร์รูปรี พระขนงโก่ง หัวพระขนงจรดกันลงมาเป็นสันพระนาสิก รูปพระนาสิกโด่ง พระโอษฐ์อ้อม ริมพระโอษฐ์บางเฝิ้มเล็กน้อย คล้ายคลึงกับสกุลช่างกำแพงเพชรที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ พระพักตร์ตอนบนกว้าง พระหนุเสี้ยวจะแคบจุ่มและมีลักษณะยาว ขนงเปลือก พระเนตร พระนาสิกและพระโอษฐ์ดูมีขนาดเล็ก พระขนงตึกกว้างเป็นเหมือนปีกกา

พระพุทธรูปสลักศิลาที่แสดงอิทธิพลของศิลปะสุโขทัยและศิลปะอยุธยาที่แฝงอยู่กับศิลปะสกุลช่างเมืองกำแพงเพชร คงแพร่หลายมาที่เมืองพะเยาในคราวที่พระยาอริยธรรมาธิราช เจ้าเมืองกำแพงเพชร ขึ้นมาครองเมืองพะเยาในต้นพุทธศตวรรษที่ 21 และได้สร้างพระพุทธรูปสำริดมีจารึกที่ฐาน ระบุปีสร้างพุทธศักราช 2091 และคงเป็นต้นแบบทางศิลปะให้แก่พระพุทธรูปสกุลช่างพะเยา อันจะนำไปสู่การแสดงลักษณะท้องถิ่นในเวลาต่อมา

ความเจริญรุ่งเรืองและในความงามที่มีของฝีมือสกุลช่างกำแพงเพชรของเราที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใครนั้นยังได้แพร่อิทธิพลไปยังเมืองเชียงแสนพบความงดงามของพระพุทธรูปศิลปะล้านนาเมืองเชียงแสน โดยเราจะสามารถจัดกลุ่มตามลักษณะวิวัฒนาการรูปแบบและกำหนดอายุสมัยออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 ระหว่างปลายพุทธศตวรรษที่ 19 ถึงปลายพุทธศตวรรษที่ 20 พระพุทธรูปที่สร้างขึ้นในระยะนี้ได้รับอิทธิพลจากพระพุทธรูปศิลปะล้านนาระยะที่ 1 ที่สร้างขึ้นในเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเดิมเรียกกันว่า พระเชียงแสนรุ่นแรก หรือ สิ่งหนึ่ง และพระพุทธรูปศิลปะสุโขทัยหมวดใหญ่ ซึ่งสร้างขึ้นราวปลายพุทธศตวรรษที่ 20 กลุ่มพระพุทธรูปสำคัญได้แก่ พระพุทธรูปปูนปั้นที่เจดีย์ประธานวัดป่าสัก กลุ่มพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่จากวัดปงสนุกและพระเจ้าล้านทอง ที่วัดแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน

ระยะที่ 2 ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 21 – 22 พุทธลักษณะมีวิวัฒนาการสืบเนื่องมาจากระยะที่ 1 มีการผสมผสานทางรูปแบบมีอิทธิพลของศิลปะอยุธยาสกุลช่างกำแพงเพชรและพื้นเมืองแรกเข้ามาอย่างเห็นได้ชัด พระพุทธรูปที่สร้างขึ้นในระยะนี้มักมีแนวเส้นโรประศกปรากฏอยู่เหนือกรอบพระนลาฏ ปลายนิ้วพระหัตถ์ทั้งสี่ยาวไล่เลี่ยกัน ส่วนฐานมักขยายขึ้นและมีการตกแต่งลวดลายเป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังมีการสร้างพระพุทธรูปทรงเครื่องและรูปเคารพ เช่น องค์อินเช่น พระสาวก และรูปเทวดา เป็นต้น

ระยะที่ 3 ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 23 ถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 24 ราว 150 ปี ก่อนที่เมืองเชียงแสนจะถูกทิ้งร้างไปในปี พ.ศ. 2347 นั้น บรรดาพระพุทธรูปที่สร้างมีรูปแบบหลากหลายมากขึ้นตามอิทธิพลที่ได้รับ ทั้งศิลปะลาว ศิลปะอยุธยา และอิทธิพลของฝีมือช่างท้องถิ่นที่แทรกเข้ามาสูงมากในระยะนี้ แม้ว่ารูปแบบและปางของพระพุทธรูปจะมีมากขึ้นกว่าระยะก่อน แต่ฝีมือช่างเสื่อมลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งสัดส่วนของพระพุทธรูป การหล่อสำริด และแกะสลัก

บทสรุป

การครอบงำทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรเป็นรูปแบบที่ผสมผสานจากศิลปะสกุลช่างจากหัวเมืองใหญ่ต่างๆ ได้แก่ สุโขทัย อยุธยาและล้านนา เพราะกำแพงเพชรเป็นเมืองปากประตูที่อยู่กึ่งกลางการสัญจรค้าขาย การสู้รบ และการเจริญสัมพันธ์ไมตรี โดยช่างศิลปกรรมกำแพงเพชรเลือกใช้ความหมาย และกระบวนการรับรู้ของตนผ่านงานศิลปกรรมสถาปัตยกรรม (เจดีย์) งานปฎิมากรรม (พระพุทธรูป) จากการศึกษาภูมิปัญญาการสื่อสารในงานศาสนสถานสถาปัตยกรรม (เจดีย์) สกุลช่างกำแพงเพชรในสมัยสุโขทัย เจดีย์มีลักษณะเป็นทรงดอกบัวตูม กลีบขนุนปรางค์ บรรพแถลง เป็นแบบของเขมร เรือนธาตุ 2 รูปแบบ คือ แบบไม่มีจระนำขั้มประดับ และแบบมีจระนำขั้มประดับฐาน ฐานลูกบัวแก้วประกอบไปด้วยบัวคว่ำ และบัวหงาย มีฐานบัวลูกฟัก 2 ฐาน (ชั้นแว่นฟ้า) ส่วนท้องประดับด้วยแก้วอกไก่ 2 เส้นเป็นระเบียบ เป็นแบบล้านนา และฐานเชิงในผังสี่เหลี่ยมจัตุรัส 1 ฐาน ส่วนงานศาสนสถานสถาปัตยกรรม (เจดีย์) หลังสมัยสุโขทัย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-อยุธยา กลุ่มที่ 2 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา อิทธิพลศิลปะหริภุญชัย-ล้านนา และกลุ่มที่ 3 เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย-ล้านนา-อยุธยา การศึกษาภูมิปัญญาการสื่อสารในงานปฎิมากรรม (พระพุทธรูป) สกุลช่างกำแพงเพชร แบ่งออกเป็น 3

กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การสื่อสารในงานพระพุทธรูปหมวดใหญ่สมัยสุโขทัย กลุ่มที่ 2 การสื่อสารในงานอิทธิพลพระพุทธรูปล้านนา และกลุ่มที่ 3 การสื่อสารในงานอิทธิพลศิลปะอยุธยา

การครอบงำทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรในงานศาสนสถานตาม ได้แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของงานปฏิมากรรม (พระพุทธรูป) สกุลช่างกำแพงเพชร โดยอธิบายได้ คือ ช่างศิลปกรรมกำแพงเพชรได้สร้างระบบวิถีคิด โลกทัศน์ ความเชื่อ และค่านิยมการสร้างพระพุทธรูปลักษณะของสกุลช่างกำแพงเพชรไปยังเมืองพะเยาจากหลักฐานพระพุทธรูปสลักศิลาของเมืองพะเยา ทั้งนี้เนื่องจากว่าเมืองพะเยามีความเจริญทางวัฒนธรรมน้อยกว่าเมืองกำแพงเพชรในพุทธศตวรรษที่ 21 – 22 จนปรากฏเป็นหลักฐานงานศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรมาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจภูมิปัญญาศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชร ผู้เขียนได้มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ คือ วัฒนธรรมจังหวัดหรือสำนักศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรสามารถนำผลการศึกษานี้ไปเป็นฐานข้อมูลด้านวัฒนธรรม และเพื่อให้ข้อมูลครอบคลุมมากยิ่งขึ้นควรเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญด้านงานศิลปกรรมของกรมศิลปากร และผู้เชี่ยวชาญด้านงานศิลปกรรมของกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อให้งานศิลปกรรมสกุลช่างกำแพงเพชรได้คงอยู่อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2561). *ศิลปกรรมโบราณในอาณาจักรสุโขทัย*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

_____. (ม.ป.ป.). *ศิลปะเมืองกำแพงเพชร*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สันติ เล็กสุขุม. (2557). *นิทรรศการศิลปะจากซากปรักหักพังในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย กำแพงเพชร มรดกโลก*. กระทรวงวัฒนธรรม.

Baran, J. S., & Davis, D. K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. (5th ed.). Boston, MA: Wadsworth Cengage.

การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น

Using performance media to create awareness in Thai literature
for High school students in KhonKaen

สมเจตน์ ยามาเจริญ^{1*}

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาการใช้สื่อการแสดง เป็นพาหนะในการสื่อสารข้อมูลอย่างตรงประเด็น ซึ่งสื่อการแสดงนั้น สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างไม่มีข้อจำกัด จัดแสดงได้ทุกที่ อีกทั้งยังสามารถบันทึกการแสดงไว้เพื่อเผยแพร่ในวงกว้างต่อไปได้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทดลองใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาผลการรับรู้ในวรรณคดีไทยผ่านสื่อการแสดง ว่าใช้ได้จริงหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า สื่อการแสดงสามารถสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยได้จริง การจากใช้สื่อการแสดงละครเวทีเรื่อง เรือนกรรม ที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก, รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรคผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก, รู้สึกสนใจที่จะศึกษาวรรณคดีไทยด้วยตนเองต่อไป โดยวิธีต่างๆ และรู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจากกาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน อีกด้วย

คำสำคัญ: สื่อการแสดง การรับรู้ วรรณคดีไทย

ABSTRACT

In this academic article, the author has studied the use of performance as a medium for communicating messages directly to the audience. Performance communication has the ability to reach audiences without limitations and can be performed anywhere. Furthermore, performances can be recorded for further publication. The author was interested in experimenting with performance communication to create awareness of Thai literature among high school students in KhonKaen. The study aimed to determine whether the use of

¹อาจารย์ สาขาสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

* somjate.ya@spu.ac.th

performance communication could effectively increase recognition of Thai literature and benefit society in the future.

The results of the study revealed that performance communication can indeed create awareness of Thai literature. The stage play "Ruen Karm" helped high school students in KhonKaen understand expressions of love and become more interested in Thai literature. As a result, the author was inspired to continue producing other creative performances and is interested in studying Thai literature through various methods. The author is also interested in exploring other works of Thai literature besides "Kap He Chom Kueng Khao Waan".

KEYWORDS: Performance communication, Awareness, Thai literature

บทนำ

นักเรียนหรือเยาวชนไทย กับการเรียนวรรณคดีไทยนั้น หากยังใช้วิธีการหรือสื่อการสอนแบบเดิมๆ จะไม่สามารถสร้างความสนใจ ให้มีความตระหนักรู้ ได้เหมือนเดิมอีก ต้องค้นหาหรือสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ เข้ามาช่วยสร้างความสนใจให้กับผู้เรียน ซึ่งสื่อการแสดง เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง สำหรับใช้เป็นนวัตกรรม การสอนได้ ดังผลการศึกษาเรื่อง การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ของสมเจตน์ ยามาเจริญ ว่าสื่อการแสดงสามารถสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยได้จริง จากการใช้สื่อการแสดง 2 ครั้ง คือ ละครเวทีเรื่อง เรือนรัก เรือนริษยา และละครเวทีเรื่อง เรือนแคน เรือนลิเนหา สามารถทำให้นักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น รับรู้ถึงการแสดง อารมณ์รัก, รับรู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง, รับรู้การเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระ และสัมผัสพยัญชนะ และรับรู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบกับสิ่งกึ่งใจ ทำให้เกิดมโนภาพ แล้วยังส่งผลต่อพฤติกรรม ทำให้รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจาก ภาพยนตร์เรื่องเครื่องคาวหวาน ที่แทรกอยู่ในการแสดงละครเวทีทั้ง 2 เรื่อง และนักศึกษายังรู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยมีความต้องการให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีกด้วย

นอกจากนั้น ผลการศึกษาเรื่อง การใช้สื่อการแสดงเพื่อพัฒนาความเข้าใจในความเท่าเทียมกันของมนุษย์ ของปภัสนรินทร์ จิระโอฬารภัสร์ และการสร้างสรรค์ละครบรอดเวย์และภาพยนตร์เพลงเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของผู้เรียน : กรณีศึกษา กลุ่มละคร BROADWAY IN KHONKAEN ของชญาดา รุ่งเต่า ก็สะท้อนผลการใช้สื่อการแสดง เพื่อเป็นเครื่องมือในการสอนนักเรียน หรือเยาวชนไทยได้อย่างดี ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่นว่าสื่อการแสดงสามารถใช้เพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น ได้จริงหรือไม่ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ เป็นประโยชน์ประโยชน์ต่อวงวิชาการในการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ผลิตสื่อด้านการจัดการเรียนการสอนแก่นักเรียนหรือเยาวชนไทย

วัตถุประสงค์

- (1) ศึกษาการสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยโดยใช้สื่อการแสดง
- (2) ทดลองการใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น
- (3) ศึกษาผลการรับรู้ในวรรณคดีไทย ผ่านสื่อการแสดง ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น

การสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยโดยใช้สื่อการแสดง

จากบทความวิชาการ เรื่องการใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ของสมเจตน์ ยามาเจริญ ซึ่งเลือกวรรณคดีไทย เรื่อง ภาพยนตร์แห่งเครื่องควหาวน เป็นกรณีศึกษานั้น ภาพยนตร์แห่งเครื่องควหาวนเป็นพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย สันนิษฐานว่าทรงพระราชนิพนธ์ขึ้นเพื่อชมสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี ซึ่งมีพระหัตถ์ในการแต่งเครื่องเสวย ขึ้นต้นด้วยโคลงสี่สุภาพ 1 บท และตามด้วยกาพย์ยานี 11 ไม่จำกัดจำนวนบท โดยโคลงสี่สุภาพและกาพย์ยานี 11 บทแรกจะสัมพันธ์กัน แบ่งออกเป็น 5 ช่วง คือ บทแห่งเครื่องควหาวน บทแห่งผลไม้ บทแห่งเครื่องควหาวน บทแห่งครวญเข้ากับงานนักขัตฤกษ์ และบทแห่งเจ้าเซ็น

ผู้ศึกษาได้นำวรรณคดีไทย เรื่อง ภาพยนตร์แห่งเครื่องควหาวน ในส่วนของ บทแห่งเครื่องควหาวน และบทแห่งเครื่องควหาวน มาสร้างสรรค์อยู่ในบทละครเวทีเรื่อง เรือนรัก เรือนริษยา เพื่อใช้เป็นสื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

จากการศึกษาบทความเรื่อง “การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น” พบว่า ผู้ศึกษาทำการทดลองโดยการจัดกิจกรรมการแสดงละครเวทีกับนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น และใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม ก่อนกิจกรรม (PRE-TEST) และหลังกิจกรรม (POST-TEST) จำนวน 400 ชุด แต่ละชุด มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ เพื่อประเมินความรู้สึก และการรับรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยตนเอง ข้อละ 10 คะแนน แล้วนำข้อมูลที่ได้ มาสรุปเป็นคะแนนเฉลี่ย (ร้อยละ) ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผล ก่อนและหลัง การเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงละครเวที เรือนรัก เรือนริษยา
ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

รายการ	PRE – TEST	POST – TEST	ผลลัพธ์
1.รับรู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง	58.39	76.31	+17.92%
2.รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก	68.14	86.01	+17.87%
3.รับรู้ถึงการเล่นคำ	58.26	75.88	+17.62%
4.รับรู้การเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ	58.43	76.06	+17.63%

5.รับรู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบลึกลับซึ่งกินใจ ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ	67.50	85.10	+17.60%
6.รับรู้ถึงการแทรกความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมในยุคนั้น ๆ	59.84	75.63	+15.79%
7.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	59.90	75.39	+15.49%
8.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	69.85	85.61	+15.76%
9.รู้สึกสนใจที่จะศึกษาวรรณคดีไทย ด้วยตนเองต่อไป โดยวิธีต่างๆ	59.90	75.39	+15.49%
10.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก	69.84	85.63	+15.79%
รวม	63.00	79.70	+16.70%

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า หลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ระหว่าง 75.39 ถึง 86.01 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.70 ผลลัพธ์คะแนนเพิ่มขึ้นอยู่ระหว่าง 15.49% ถึง 17.92% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.70% นั่นคือภาพรวมทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง การรับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก สูงสุดถึง 86.01 คะแนน และด้านที่มีพัฒนาการสูงที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง คือ การรับรู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง มีผลลัพธ์เพิ่มขึ้น 17.92%

ต่อมา ผู้ศึกษาได้ทดลองซ้ำอีกครั้ง โดยนำวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน ในส่วนของ บทเห่ชมผลไม้ มาสร้างสรรค์อยู่ในบทละครเวทีเรื่อง เรือนแคน เรือนลิเนหา (ภาคต่อของ เรือนรัก เรือนริษยา) เพื่อใช้เป็นสื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น เป็นครั้งที่ 2 จากการศึกษาบทความเรื่อง “การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น” ผู้ศึกษาทำการทดลองโดยการจัดกิจกรรมการแสดงละครเวทีกับนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น และใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม ก่อนกิจกรรม (PRE-TEST) และหลังกิจกรรม (POST-TEST) จำนวน 400 ชุด แต่ละชุด มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ เพื่อประเมินความรู้สึก และการรับรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยตนเอง ข้อละ 100 คะแนน แล้วนำข้อมูลที่ได้ มาสรุปเป็นคะแนนเฉลี่ย (ร้อยละ) ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผล ก่อนและหลัง การเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงละครเวที เรือนแค้น เรือนสีเนहा ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

รายการ	PRE – TEST	POST – TEST	ผลลัพธ์
1.รับรู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง	59.04	75.68	+16.64%
2.รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก	68.32	85.99	+17.67%
3.รับรู้ถึงการเล่นคำ	58.34	76.14	+17.80%
4.รับรู้การเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ	58.17	75.92	+17.75%
5.รับรู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบลึกลับซึ่งกินใจ ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ	66.82	85.31	+18.49%
6.รับรู้ถึงการแทรกความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมในยุคนั้น ๆ	58.74	75.73	+16.99%
7.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	58.72	75.91	+17.19%
8.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	68.33	86.38	+18.05%
9.รู้สึกสนใจที่จะศึกษาวรรณคดีไทย ด้วยตนเองต่อไป โดยวิธีต่างๆ	58.61	76.12	+17.51%
10.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก	68.13	85.96	+17.83%
รวม	62.32	79.91	+17.59%

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า หลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ระหว่าง 75.68 ถึง 86.38 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.91 ผลลัพธ์คะแนนเพิ่มขึ้นอยู่ระหว่าง 16.64% ถึง 18.49% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.59% นั่นคือภาพรวมทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง นักศึกษารู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน สูงสุดถึง 86.38 คะแนน และด้านที่มีพัฒนาการสูงที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง คือ การรับรู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบลึกลับซึ่งกินใจ ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ มีผลลัพธ์เพิ่มขึ้น 18.49%

ผลจากการทดลอง พบว่า หลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ทั้ง 2 ครั้ง ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง เรื่อง เรือนรัก เรือนริษยา 3 อันดับแรก คือ

1. รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก สูงสุดถึง 86.01 คะแนน
2. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก 85.63 คะแนน

3. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน 85.61 คะแนน
ด้านที่มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นมากที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง 3 อันดับแรก คือ

1. รู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง มีผลลัพธ์เพิ่มขึ้น 17.92%
2. รู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก 17.87%
3. รู้ถึงการเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ 17.63%

และผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง เรื่อง เรือนแคน เรือนสินหา 3 อันดับแรก คือ

1. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน 86.38 คะแนน
2. รู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก 85.99 คะแนน
3. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก 85.96 คะแนน

ด้านที่มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นมากที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง 3 อันดับแรก คือ

1. รู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ 18.49%
2. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน 18.05%
3. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก 17.83%

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สื่อการแสดงสามารถสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยได้จริง จากการใช้สื่อการแสดง ทั้ง 2 ครั้ง คือ ละครเวทีเรื่อง เรือนรัก เรือนริษยา และละครเวทีเรื่อง เรือนแคน เรือนสินหา สามารถทำให้นักศึกษา รู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก, รู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง, รู้ถึงการเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ และรู้ถึงการใช้อ้อยคำเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ แล้วส่งผลต่อพฤติกรรม ให้รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน และ รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก

การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น

บทความวิชาการนี้ ผู้ศึกษาได้นำวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน ในส่วนของบทเห่ขวัญเข้ากับงานนักขัตฤกษ์ และบทเห่เจ้าเซ็น มาสร้างสรรค์อยู่ในบทละครเวทีเรื่อง เรือนกรรม (ภาคต่อของ เรือนรัก เรือนริษยา และเรือนแคน เรือนสินหา) เพื่อใช้เป็นสื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น มีเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบ ดังนี้

เหมย เกิดในปี พ.ศ.2480 เมื่อเหมยอายุได้ 3 เดือน พ่อชวงเกียงกับแม่มะลิ ก็ขายเธอให้กับประดู่และกรรมกร ซึ่งเป็นคนชราอยู่ที่บางกอกน้อย ทั้งสองเลี้ยงดูเธอด้วยความรัก แต่พอเหมยอายุได้ 5 ขวบ เมื่อ พ.ศ.2485 ช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 ประดู่กับกรรมกรก็เสียชีวิตจากกระเบิดในช่วงสงคราม ทำให้เหมยกลายเป็นเด็กกำพร้า ต้องพลัดเปลี่ยนไปอยู่บ้านของทุ่งฟ้าและก้ามปู พออายุ 17 ปี เมื่อพ.ศ.2497 เหมยตัดสินใจตามหาพ่อแม่ผู้ให้กำเนิด ด้วยความช่วยเหลือของทุ่งฟ้าและก้ามปู ในที่สุดเหมยก็ได้พบพ่อกับแม่ แต่พ่อชวงเกียงกับแม่มะลิเลิกกันนานแล้ว และตอนนี้ ต่างคน ต่างก็มีครอบครัวใหม่ และมีลูกใหม่กันไปแล้ว

พ.ศ.2498 เหมยเดินทางไปพักอยู่กับบ้านของพ่อและครอบครัวใหม่ ตอนแรกพ่อขงเกียง ก็ดูยินดีที่ได้อยู่กับเหมย แต่เหมยมีปัญหากับชองนาง ผู้เป็นแม่เลี้ยง และลูกสาวอีก 2 คน คนแรกอายุมากกว่าเหมย ชื่อชมจันทร์ เป็นลูกติดของชองนาง ก่อนที่จะมาพบรักกับพ่อขงเกียง อีกคนอายุน้อยกว่าเหมย ชื่อชบาแก้ว เป็นลูกของพ่อขงเกียงกับชองนางทุกคนทำให้เหมยเจ็บหัวใจ ชมเหงจนเหมยไม่สามารถอยู่ร่วมบ้านกับพ่อได้ เหมยจึงตัดสินใจเดินทางไปอยู่กับแม่มะลิ ซึ่งแม็กก็ดูยิ้มแย้มแจ่มใสดี เรื่องราวดูเหมือนจะจบอย่างมีความสุข แม้เหมยจะน้อยใจ ที่แม่ให้ความรักและตามใจลูกชายหัวแก้วหัวแหวนอย่าง สาธ นื่องชายซึ่งเกิดจากแม่มะลิ และสีบาก็ พ่อเลี้ยง เป็นพิเศษมากกว่าลูกสาวอย่างเหมยก็ตาม แต่หลังจากนั้น ก็เกิดเรื่องที่ทำให้แม่มะลีสึกลำบากใจ เมื่อสีบาก็ พ่อเลี้ยง ซึ่งเป็นอดีตทหารญี่ปุ่น กลับชอบพอในตัวของเหมย ซึ่งโตเป็นสาวอายุ 18 และคิดจะรวบหัวรวบหางเธอเป็นเมียอีกคน แม่มะลิตัดสินใจให้เหมยออกจากบ้าน จนกลายเป็นความขัดแย้งระหว่างเหมยกับทั้งพ่อและแม่ในเวลาต่อมา เหมยจึงขอให้พ่อขงเกียง กับแม่มะลิ ช่วยซื้อหรือเช่าบ้านที่ไหนสักแห่งให้เธออยู่ เพราะเหมยเป็นเด็กไร้บ้านมานาน บ้านของประดู่กับกรรมกร ที่เธอเคยอาศัยอยู่ มีสภาพชำรุดทรุดโทรมเหมือนบ้านร้าง ซึ่งหลังจากนั้น พ่อขงเกียงและแม่มะลิก็ก็นิยามพูดกับเหมย และไม่ต้อนรับเวลาที่เธอไปหาที่บ้าน และเรียกเหมยว่า “ลูกเนรคุณ”

พ.ศ.2499 เหมยรู้ความจริงจากทุ่งฟ้าและก้ามปูว่า ตอนที่เธอเกิดมานั้น พ่อขงเกียงกับแม่มะลียังไม่ได้แต่งงานกัน พ่อกับแม่จึงขายเธอเพื่อนำเงินมาเป็นสินสอด ที่จริงตอนแรกประดู่กับกรรมกรไม่ได้ต้องการจะซื้อเด็ก แต่แม่มะลิบอกว่า ถ้าพวกเขาไม่ซื้อ ก็จะไปขายคนอื่น ประดู่กับกรรมกรจึงซื้อเธอไว้ เหมยจึงประกาศว่า ในเมื่อพ่อขงเกียง กับแม่มะลิ ไม่ยอมรับผิดชอบเธอ ก็ไปเจอกันในศาล เธอจะฟ้องพ่อแม่ที่ทอดทิ้งเธอถึง 2 ครั้ง และป่านนี้พ่อกับแม่ก็ยังไม่รู้ตัวว่าทำอะไรผิด แต่ชาวบ้านร้านตลาด ที่ฟังความจากขงเกียง ชองนาง ชมจันทร์ ชบาแก้ว มะลิและสีบาก็ หาวว่าเหมย ออกตัญญู เป็นนักต้มตุ๋น ใส่ร้ายป้ายสีพ่อแม่ ผู้คนรุมด่าทอเหมยอย่างรุนแรง โส้ให้เหมยไปตาย สาปแช่งให้เธอตกนรก เหมยรู้สึกลัวชีวิตสั้นๆ ของเธอช่างเต็มไปด้วยโชคร้าย นอกจากจะถูกพ่อแม่ขายแล้ว พ่อแม่บุญธรรมยังมาตายจาก ตอนเด็กถูกเพื่อนที่โรงเรียนกลั่นแกล้ง ถูกครูผู้ชายข่มขืน ซึ่งเธอเก็บเรื่องนี้ไว้เป็นความลับมาตลอด แล้วตอนนี้ ก็ยังถูกพ่อแม่ทอดทิ้งอีกเป็นครั้งที่ 2 แต่เหมยลืมนึกความคิดที่จะฟ้องพ่อแม่แล้ว เหมยยอมแพ้ให้กับโชคชะตาอันแสนโหดร้ายของตนเอง และเก็บความเจ็บช้ำไว้เพียงลำพัง

ทุ่งฟ้ากับก้ามปูพากันเป็นห่วงว่าเหมยจะทำร้ายตัวเองและออกตามหาเธอ กระทั่งเช้ามีดวันหนึ่งใน พ.ศ.2500 ก็มีคนพบร่างของเหมยในเรือนร้างที่บางกอกน้อย เรือนที่เหมยเคยอยู่กับประดู่และกรรมกรสมัยยังเด็ก ก่อนที่ระเบิด จะพรางทั้งสองคนไปจากเหมย ซึ่งเป็นสองคนที่รักเหมยอย่างจริงใจมากที่สุดในชีวิตของเหมย เหมยถูกนำตัวส่งโรงพยาบาล แต่แพทย์ไม่สามารถยื้อชีวิตไว้ได้ เพราะเหมยดื่มยาพิษเข้าไปจำนวนมาก ทุ่งฟ้ากับก้ามปู รู้สึกสะเทือนใจกับสิ่งที่เหมยต้องแบกรับ ตั้งแต่เกิด จนถึงวันสุดท้ายของชีวิตจึงบูรณะเรือนร้างที่บางกอกน้อย เป็นวัดที่รวมรูปเคารพของ 3 ศาสนาคือ ทั้งพระพุทธศาสนา เต๋า และขงจื้อ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อเป็นการอุทิศกุศลผลบุญให้กับเหมย เกิดชาติหน้าจะได้ไม่ต้องเกิดมาเจอเรื่องแบบนี้ ให้เจอแต่เรื่องดีๆ มีความสุขทุกภพชาติไป



ภาพที่ 3 การแสดงละครเวทีเรื่อง เรือนกรรม เพื่อใช้เป็นสื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในหัวข้อ “การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น” ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ทำการศึกษาสามารถรวบรวมไว้ ทำให้ทราบถึงแนวคิดในการสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยโดยใช้สื่อการแสดง หลังจากนั้นผู้ศึกษาจึงนำข้อมูลดังกล่าว มาทำการทดลองโดยการจัดกิจกรรมการแสดงละครเวที กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น และใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม ก่อนกิจกรรม (PRE-TEST) และหลังกิจกรรม (POST-TEST) จำนวน 400 ชุด แต่ละชุด มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ เพื่อประเมินความรู้สึก และการรับรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยตนเอง ข้อละ 100 คะแนน แล้วนำข้อมูลที่ได้ มาสรุปเป็นคะแนนเฉลี่ย (ร้อยละ) ในรูปแบบของตารางตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางสรุปผล ก่อนและหลัง การเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงละครเวที เรือนกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น

รายการ	PRE – TEST	POST – TEST	ผลลัพธ์
1.รับรู้ถึงการกล่าวถึงนางผู้เป็นที่รักอยู่โดยตลอดทั้งเรื่อง	56.31	75.31	+19.00%
2.รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก	65.18	86.02	+20.84%
3.รับรู้ถึงการเล่นคำ	56.26	75.84	+19.58%
4.รับรู้การเล่นเสียงสัมผัสใน ทั้งสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ	55.40	75.05	+19.65%
5.รับรู้ถึงการใช้อรรถาธิบายเปรียบเทียบลึกลับซึ่งกินใจ ทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ	65.53	85.18	+19.65%
6.รับรู้ถึงการแทรกความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมในยุคนั้น ๆ	55.89	75.69	+19.80%

7.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย เรื่อง กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	55.91	75.38	+19.47%
8.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน	65.89	85.69	+19.80%
9.รู้สึกสนใจที่จะศึกษาวรรณคดีไทย ด้วยตนเองต่อไป โดยวิธีต่างๆ	55.93	76.38	+20.45%
10.รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก	66.81	86.63	+19.82%
รวม	59.91	79.72	+19.81%

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า หลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงเรื่อง เรือนกรรม ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ระหว่าง 75.05 ถึง 86.63 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.72 ผลลัพธ์คะแนน เพิ่มขึ้นอยู่ระหว่าง 19.00% ถึง 20.84% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.81% นั่นคือ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง การรู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก สูงสุดถึง 86.63 คะแนน และด้านที่มีพัฒนาการสูงที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง คือ การรับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก มีผลลัพธ์เพิ่มขึ้น 20.84%

สรุป

จากการศึกษาการสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยโดยใช้สื่อการแสดง โดยการทดลองการใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า หลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น มีการรับรู้ในวรรณคดีไทยเพิ่มขึ้นจริง ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ผลคะแนนหลังเข้าร่วมกิจกรรมการแสดง เรือนกรรม 3 อันดับแรก คือ

1. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก สูงสุดถึง 86.63 คะแนน
2. รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก 86.02 คะแนน
3. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทยเรื่องอื่นๆ นอกจาก กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน 85.69 คะแนน

ด้านที่มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นมากที่สุด เมื่อเทียบคะแนนระหว่างก่อนและหลังกิจกรรมการแสดง 3 อันดับแรก คือ

1. รับรู้ถึงการแสดงอารมณ์รัก มีผลลัพธ์เพิ่มขึ้น 20.84%
2. รู้สึกสนใจที่จะศึกษาวรรณคดีไทย ด้วยตนเองต่อไป โดยวิธีต่างๆ 20.45%
3. รู้สึกสนใจวรรณคดีไทย โดยให้ผู้จัดสร้างสรรค์ผลงานเรื่องอื่นต่อไปอีก 19.82%

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สื่อการแสดงสามารถสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยได้จริง ในมิติต่างๆ อย่างเห็นได้ชัด จากผลการทดลอง การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

1. สื่อการแสดง เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถนำไปใช้ ในการส่งเสริมพัฒนาการด้านอื่นๆ ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม อาจใช้ร่วมกับเครื่องมือชนิดอื่นที่หลากหลาย เพื่อศึกษาผลของการนำไปใช้
2. สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “การใช้สื่อการแสดง” สามารถเปลี่ยนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการทดลองเป็นแบบอื่นได้ อาทิ กลุ่มคนทำงานบริษัทเอกชน หรือหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงประโยชน์ของการใช้สื่อการแสดง ว่าสามารถสร้างการ รับรู้กับกลุ่มเป้าหมายได้ ทุกกลุ่มหรือไม่
3. สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “การรับรู้ในวรรณคดีไทย” สามารถเปลี่ยนเป็น กระบวนการพัฒนาในรูปแบบอื่นได้ เพื่อให้ทราบถึงประโยชน์อื่นๆ การวัดความสนใจ การจดจำ ความ ชื่นชอบ และการสร้างแรงบันดาลใจ นอกเหนือไปจากแค่วัดการรับรู้เท่านั้น
4. หากมีจำนวนประชากรมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างหลากหลาย จะสามารถเปรียบเทียบผลลัพธ์ ได้ชัดเจน น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ละครเวทีเรื่อง เรือนกรรม สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทย

แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดขอนแก่น

บรรณานุกรม

ชญาดา รุ่งเต่า. (2564, 28 พฤษภาคม). การสร้างสรรค์ละครบรอดเวย์และภาพยนตร์เพลงเพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียน : กรณีศึกษากลุ่มละคร BROADWAY IN KHONKAEN [เอกสารการนำเสนอ]. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยมกุฎราชวิทยาลัย, นครปฐม.

ปภัสรินทร์ จิระโอฬารภัสร์. (2564, 28 พฤษภาคม). การใช้สื่อการแสดงเพื่อพัฒนาความเข้าใจในความเท่าเทียมกันของมนุษย์ [เอกสารการนำเสนอ]. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัย มงกุฎราชวิทยาลัย, นครปฐม.

สมเจตน์ ยามาเจริญ. (2565, 27 ตุลาคม). การใช้สื่อการแสดงเพื่อสร้างการรับรู้ในวรรณคดีไทยแก่นักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น [เอกสารการนำเสนอ]. การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7: เรื่อง วิจัยและนวัตกรรมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.