



jmlD
Faculty of Management Science
Kamphaeng Phet Rajabhat University

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564
Vol.4 No.2 July-December 2021

วารสารการจัดการ และการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ISSN 2651-2122



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

- ๑ เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ๑ ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช พรหมภาสิต
- ๑ บรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์
- ๑ ผู้ช่วยบรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ

๑ กอวบรรณาธิการ (ภายใน)

- รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ
- รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรรา บุคสีทา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี จันทร์อินทร์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสรา จรัสวิญญู
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา จรุงศรีโชติกำจร

๑ กอวบรรณาธิการ (ภายนอก)

- | | |
|--|--|
| ศาสตราจารย์ ดร.ติเรก ปัทมสิริวัฒน์ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) |
| รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์ | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุ่งเมือง | มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทร์ตะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กัญธนา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
วิทยาเขตตาก |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |

๑ ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

- | | |
|---|-------------------------------|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ก๊กก้อง | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัธราไพ ประภัสสร | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อาการักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลคำ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโยภาส | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกิตต์ อินทร์สวรรค์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวพร ประสมทอง | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ตปนียวรงค์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิราช รัตนันต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ครรชิต มาระโกชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |

๑ วัตถุประสงค์ของวารสาร

① เพื่อส่งเสริมผลงานทางวิชาการและวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ การพัฒนาท้องถิ่น และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและได้องค์ความรู้ใหม่

② เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจและด้านการพัฒนาท้องถิ่นอันสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงการบริหารจัดการ และเชิงพัฒนา และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนจนประสบการณ์ระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

③ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ

๒ เป้าหมายและขอบเขต

เป็นวารสารที่นำเสนอบทความในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การพัฒนาท้องถิ่น และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์กร ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน

๓ กระบวนการพิจารณา

บทความต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวนสองท่าน ตามระบบ Double-Blind Peer Review.

๔ กำหนดออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

มกราคม – มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม

๕ ผู้จัดทำและเผยแพร่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๖ สถานที่จัดพิมพ์

เจริญการพิมพ์

126/12 ถ.เทศบาล 1 ต.ในเมือง อ.เมืองกำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร 62000

โทรศัพท์ 0 5571 7646 แฟกซ์ 0 5571 4864

๗ สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ (ชั้น 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000

① โทรศัพท์ : 0 5570 6511 , 08 8154 7262

✉ E-mail : fms-info@kpru.ac.th

🌐 Website : <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/>

๘ ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นายวัชรินทร์ ปัญญาเสน นายชิววิทย์ กรรณิกา

นางสาวสุพัชรี ท้ายนาวา

บทความที่ตีพิมพ์ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ
ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น เป็นวารสารที่ออกปีละ 2 ฉบับ สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2564 เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ “มหาวิทยาลัยที่เป็นที่พึ่งทางวิชาการของท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” และปรัชญาที่ว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มุ่งเน้นให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน สร้างศักยภาพให้เป็นชุมพลังแห่งปัญญา พัฒนาท้องถิ่น ผลิตกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณธรรม โดยเน้นที่จิตสำนึกในการรับใช้ท้องถิ่นและประเทศชาติ” โดยมุ่งหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นแหล่งข้อมูล ทางกรวิจัยและทางวิชาการระดับชาติ ในด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนนิสิตและนักศึกษา

สำหรับวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงสาขา เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-Blind Peer Review) เพื่อให้วารสารฉบับนี้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับชาติและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สำหรับวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 6 เรื่อง

กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสาร ให้อยู่ในฐานวารสารไทยในอนาคต ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต และนักศึกษา เสนอบทความ เข้ารับการพิจารณา กลั่นกรอง เพื่อตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ อันจะนำไปสู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้ที่กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น (ดังรายละเอียดท้ายเล่ม) และหากท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการยินดีรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะนั้นด้วยความขอบคุณยิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ บุญอนันท์

บรรณาธิการ

บทความวิจัย

- 1 การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ
อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
:: กฤษฎา ตัสมา ::
- 17 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การภาครัฐยุคเทคโนโลยีดิจิทัล
:: วิษณุเดช นันไชยแก้ว ::
- 33 การเปิดรับเนื้อหา กระแสนิยม และการใช้ประโยชน์ จากศิลปิน K-POP
ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีผลต่อเด็กและเยาวชนไทย
:: สุดารัตน์ ยมรัตน์ ::
- 47 การพัฒนาสายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด
อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร
:: ณิชารีย์ ชาโสรส ::
- 59 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิก
เกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
:: นางสาวเนตรนภา แววกระโทก และคณะ ::
- 81 นวัตกรรมทางสังคม: การจัดการตนเองของชุมชนสู่การพัฒนา
อย่างยั่งยืน
:: ญัฐภาณี บัวดี ::
- 103 คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสาร
การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น
- การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ
 - รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง
 - แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสาร



การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิษฐ์ จังหวัดอุดรดิษฐ์

กฤษฎา ตัสมมา¹

ภาคผนวก
รูปที่ ๑

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ สำหรับกำหนดรูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยวทางวัฒนธรรมในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิษฐ์ จังหวัดอุดรดิษฐ์ โดยศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาบริบทของวัด ทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ และนำทรัพยากรวัฒนธรรมมาดำเนินการจัดทำคู่มือให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิษฐ์ จังหวัดอุดรดิษฐ์

ในการนำข้อมูลมากำหนดรูปแบบคู่มือให้ความรู้ที่เหมาะสมพร้อมทั้งคุณภาพในเนื้อหาของคู่มือจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เพื่อนำมาทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามวัดค่าความพึงพอใจ 5 ระดับ โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถแบบบังเอิญ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า

1. ทรัพยากรวัฒนธรรมในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ เป็นวัดที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเมื่อปี พ.ศ. 2478 เป็นวัดเก่าแก่และมีความเจริญรุ่งเรืองมากในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยา จนถึงในช่วงกรุงธนบุรี พบทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางด้านวิชาการ ได้ทั้งสิ้น 19 องค์ประกอบ โดยข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยวผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก

2. รูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยวที่เหมาะสม มีขนาด เอ 5 จัดพิมพ์ 4 สี ภาพประกอบสองมิติ พร้อมเนื้อหาและได้ทำการทดลองใช้คู่มือแนะนำเที่ยวภายในวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน พบว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เป็นคู่มือที่ช่วยให้ได้รับความรู้ เนื้อหา ที่มีภาพประกอบสีสันสดใส สวยงาม ขนาดกระทัดรัดพกพาสะดวก มีความเพลิดเพลินในการเดินชมโบราณสถานต่างๆ ที่อยู่ในเขตโบราณสถานวัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ และยังสามารถนำไปต่อยอดหรือใช้เป็นแนวทางในการจัดทำคู่มือในสถานที่อื่นๆ ได้

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม / วัดพระฝางสว่างคูร์มุนีนาถ

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิษฐ์

Cultural Resource Management for Wat Phra Fang Sawangkhauri Muninat, Muang Uttaradit District, Uttaradit Province

Krisada Tussama

ABSTRACT

This research was to study the cultural resource management for Phra Fang Sawangkhauri Muninat Temple, determined the format of a cultural guide. It was the history study of resource management, the temple's context, the cultural resource and led them to a manual to educate the cultural resources.

This research was conducted to design a guidebook which suitable for the tourists with the content quality that evaluated by the history experts. The tourist's satisfaction analyzed by using descriptive statistics. The questionnaire measured the satisfaction at 5 levels by random sampling from the tourists who traveled to Phra Fang Swangkhauri Muninat Temple.

1. Phra Fang Sawangkhauri Muninath Temple is registered as an ancient site in 1935. It is old one and very prosperous in the late Ayutthaya till Krung Thonburi period. It has 19 elements of academic cultural resources. The data is determined as a tourist manual which evaluated by the history experts at a high level.

2. The appropriate tour guide format is A5 paper size, 4 color printing, two – dimensional picture with content. It is tried out with 30 tourist sample and found that the satisfaction was at the highest level. This manual helps to gain knowledge, colorful content, beautiful illustrations, compact size, handy, enjoying walking around the ancient sites. It can be used as a manual for the other places.

Keywords: cultural resource management / PHRA FANG SAWANGKHABURI MUNINAT Temple.

บทนำ

การเรียนรู้ปลูกฝังเรื่องประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความเชื่อทางวัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากร วัฒนธรรมในท้องถิ่นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพราะจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น และสังคมได้ และในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ มีแหล่งโบราณสถานที่มีความสำคัญในด้านของประวัติศาสตร์ เป็นเมืองเก่าแก่โดยมีหลักฐานปรากฏชื่อเมืองฝางในศิลาจารึก หลักที่ 3 จารึกนครชุม และศิลาจารึกหลักที่ 11 วัดเขากบ แสดงให้เห็นว่าเมืองฝางมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย และมีความสำคัญทางด้านพระพุทธศาสนา เพราะมีการสร้างพระธาตุบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ เนื่องด้วยความเป็นวัดเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน (อุดมศักดิ์ อรรถโกวิท, 2549) และยังพบโบราณวัตถุในบริเวณวัดเป็นจำนวนมาก ทางวัดจึงได้เก็บรวบรวมโบราณวัตถุและจัดแสดงไว้ในพิพิธภัณฑ์ของวัด รวมไปถึงเทศบาลตำบลผาจุก็ได้มีโครงการพัฒนาวัดพระฝางและบริเวณโดยรอบเป็นแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์ชุมชน

ทำให้ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ โดยในปี พ.ศ. 2561 ชุมชนวัดพระฝางเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นโครงการภายใต้ไทยนิยมยั่งยืน มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม การจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้า OTOP และอาหารพื้นถิ่น โดยชูอัตลักษณ์ชุมชนที่มีแหล่งโบราณสถานที่สำคัญ มีบ้านประตูไม้จำหลักปิดทองประดับกระจกโบราณสมัยอยุธยาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดอุตรดิตถ์ และเป็นบ้านประตูพุทธศาสนสถานที่มีความสวยงามมากที่สุด 1 ใน 2 คู่ของจังหวัดอุตรดิตถ์ ที่ยังคงหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน ในพระราชหัตถเลขา พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 คราวเสด็จประพาสสมณชลฝ่ายเหนือ พุทธศักราช 2444 ได้ทรงกล่าวถึงบ้านประตูวัดพระฝางไว้ว่า "พระวิหารหลวงที่เมืองฝางก็เป้นลักษณะเดียวกันกับที่ทุ่งยั้ง ลายประตูก็เป้นลายสลักก้านชด แต่ที่ซึ่งเป็นภาพต่าง ๆ นั้นเป้นกระหนกใบตั่งปิดทอง... แต่สลักลายเช่นนี้ ใช้ชุดไม้ลงไปให้ลายเด่นออกมา เช่นบานวัดสุทัศน์ แต่เด่นออกมามากกว่าวัดสุทัศน์ ใช้ไม้หนาชุดเอาจริง ๆ ไม่ได้สลักลายมาทาบ ทำงามดีมาก" (พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2465)

นอกจากนี้ยังมีพระฝางทรงเครื่อง เป็นพระพุทธรูปสัมฤทธิ์ลึงรักปิดทอง ทรงเครื่องอย่างจักรพรรดิราชปางมารวิชัย ศิลปะสมัยอยุธยา มีเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ จึงเป็นวัดที่มีความสำคัญมาแต่อดีต มีบันทึกว่าพระมหาเถรศรีศรีท้าว ซึ่งเป็นพระเถระผู้ใหญ่ของสุโขทัยเคยมานมัสการองค์เจดีย์พระธาตุที่วัดนี้ ในสมัยต่อมา พระมหากษัตริย์หลายพระองค์นับตั้งแต่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอแห่งกรุงศรีอยุธยา, พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ก็ได้เสด็จไปนมัสการพระธาตุเจดีย์ที่วัดนี้ (กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม, 2549)

ดังนั้นวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ เป็นวัดที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านพระฝาง จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการจัดการทรัพยากร วัฒนธรรมที่สามารถนำองค์ความรู้มาถ่ายทอดให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว จึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลจัดทำคู่มือ นำเที่ยว เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ และทรัพยากรวัฒนธรรมในวัดวัดพระฝาง

สวางคบุรีมุนีนาถ ได้รับข้อมูลความรู้ และจะสามารถเป็นแนวทางต่อยอดในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในวัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ให้กับชุมชนได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในพื้นที่วัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อกำหนดรูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยวทางวัฒนธรรมในวัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

ขอบเขตการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในโบราณสถานวัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ และการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ ราษฎรชาวบ้าน นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยวิธีการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ในการกำหนดรูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยววัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือแนะนำเที่ยววัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเอกสาร

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องและใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ วารสาร เอกสารวิชาการ หนังสือ ตำรา จดหมายเหตุ จากหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากรที่ 6 สุโขทัย หอสมุดประชาชน จังหวัดอุดรดิตถ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงในการสนับสนุนการเขียนงานวิจัยให้สมบูรณ์ และสร้างความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.2.1 กลุ่มประชาชนในพื้นที่บริเวณวัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ราษฎรชาวบ้าน นักวิชาการ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 4 คน

1.2.2 กรมศิลปากรที่ 6 สุโขทัย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งโบราณสถานวัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ จำนวน 3 คน

1.2.3 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ ในช่วงเดือนธันวาคม 2561 จำนวน 30 ท่าน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยววัดพระฝางสวางคบุรีมุนีนาถ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาด

กลุ่มตัวอย่างของประชากร ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) จากสูตร ดังนี้

$$n = \left(\frac{Z}{e} \right)^2$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่กำหนด
 Z = คะแนนมาตรฐานที่ตรงกับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

1.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยมุ่งเน้นเฉพาะด้านทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รูปแบบสถาปัตยกรรม ในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ อุตลักษณ์ และสิ่งดึงดูดใจเพื่อให้ผู้ที่มาชมได้เข้าใจในแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม โดยได้กำหนดเนื้อหาต่างๆ ไว้ดังนี้

1.3.1 บริบทของวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางกายภาพ สถาปัตยกรรม อุตลักษณ์ที่โดดเด่นของทรัพยากรวัฒนธรรม

1.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลทางทรัพยากรวัฒนธรรม ทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เพื่อสรุปจัดทำคู่มือให้ความรู้ในการชมแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ และทรัพยากรวัฒนธรรมในสว่างคบุรีมุนีนาถ

1.3.3 วิเคราะห์ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือนำเที่ยววัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ

1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่วิจัยบริเวณวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ หมู่ที่ 3 ตำบลผาจุก อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

1.5 เครื่องมือการวิจัย

การจัดทำเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความสำคัญ ของพื้นที่ในบริเวณโบราณสถานและพื้นที่ใกล้เคียงของวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ โดยสร้างขึ้นจากการศึกษางานเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดข้อคำถาม โดยมีลักษณะข้อคำถามดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้การสัมภาษณ์
2. ประวัติของวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ
3. โบราณสถาน โบราณวัตถุที่พบในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ
4. เหตุการณ์สำคัญในทางประวัติศาสตร์ของวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ
5. ประเพณี 12 เดือนที่จัดขึ้นในชุมชนบ้านพระฝาง
6. ความเชื่อในชุมชนบ้านพระฝาง
7. อุตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบคู่มือแนะนำเที่ยว

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามแนวคิดของสุรางค์ จันทวานิช (2540) มีขั้นตอน ดังนี้

1. แยกเนื้อหาสาระในเบื้องต้น นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาจับประเด็นที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาสาระให้ได้ชัดเจนก่อน แล้วแยกเนื้อหาสาระในเบื้องต้นออกเป็นส่วนสำหรับใช้วิเคราะห์

2. คัดสรรข้อมูลและตัดทอนข้อมูล ข้อมูลในแต่ละส่วนนำมาคัดสรรโดยเลือกใช้เฉพาะข้อมูลที่ต้องการและตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป เพื่อสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อหาความหมายและองค์ประกอบในตัวข้อมูล

ทำให้ได้ข้อมูลบริบทของพื้นที่ ประวัติ แหล่งโบราณสถาน คติความเชื่อ และรูปแบบสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัดพระฝางนำเสนอให้นักท่องเที่ยวในรูปแบบคู่มือแนะนำเที่ยว

แบบประเมินประสิทธิภาพคู่มือท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน ประสิทธิภาพการออกแบบคู่มือท่องเที่ยวจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประกอบด้วยการประเมินด้านเนื้อหา ด้านภาพประกอบ ด้านคุณลักษณะ และด้านการใช้ภาษา โดยเป็นแบบประเมินแบบประมาณค่า 5 ระดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check-list) จำนวน 5 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือให้ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชมโบราณสถาน เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) ชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 12 ข้อ ซึ่งแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่าในการประเมินผลจะใช้วิธีการแปลผลแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2542) ดังต่อไปนี้

$$\text{Interval (I)} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}}$$

$$\text{Interval (I)} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

สูตรการแบ่งอันตรภาคชั้น ที่มา: ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2542

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าเฉลี่ย (Means) โดยใช้สูตร (มานสิข สิริสมบูรณ์, 2550)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมทั้งหมดของความถี่ คูณ คะแนน

n แทน ผลรวมทั้งหมดของความถี่ซึ่งมีค่าเท่ากับจำนวนข้อมูลทั้งหมด

สูตรค่าเฉลี่ย ที่มา: มานสิข สิริสมบูรณ์, 2550

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) โดยใช้สูตร (มานสิข สิริสมบูรณ์, 2550)

$$s = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ s แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน จำนวนคู่ทั้งหมด

x แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มข้อมูล

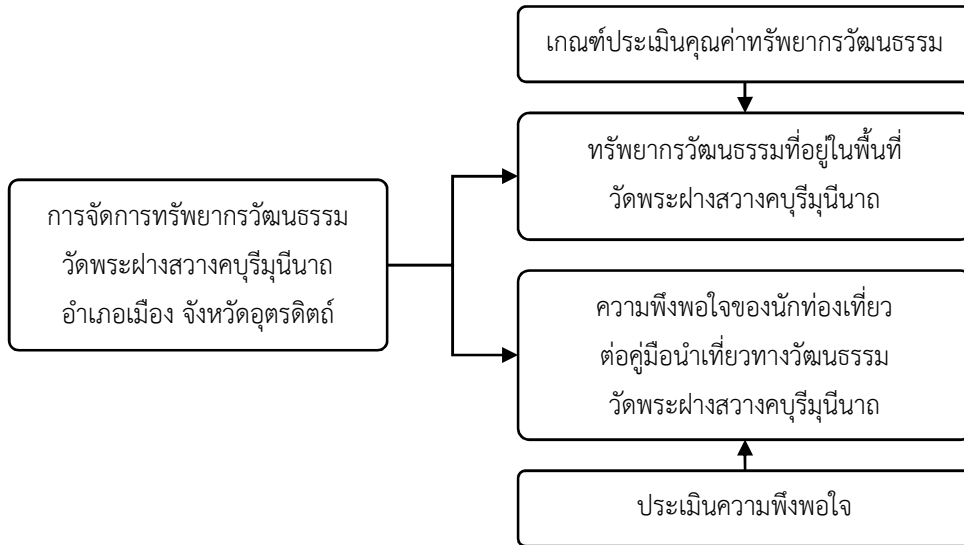
$\sum x$ แทน ผลรวมของความแตกต่างของคะแนนแต่ละคู่

สูตรค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่มา: มานสิข สิริสมบูรณ์, 2550

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ต้องค้ำความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในพื้นที่วัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
2. ได้คู่มือแนะนำเที่ยวทางวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
3. เป็นแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งอื่นๆ ได้

กรอบแนวคิดของการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิด
ที่มา. แนวคิดผู้วิจัย

สรุปผลการศึกษา

ทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในพื้นที่วัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

หลักเกณฑ์การประเมินคุณค่า ทรัพยากรวัฒนธรรม ที่นำมาใช้เป็นกรอบการประเมินคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรมภายในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ มีทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ โดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินคุณค่าในเชิงวิชาการ ซึ่งเป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งข้อมูลและความรู้ ที่สามารถเรียนรู้ และคุณค่าทางสุนทรียะ ที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะที่โดดเด่นของท้องถิ่น (อนิก เลิศชาญฤทธิ์, 2550) โดยวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถเป็นวัดที่มีทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นในด้านศิลปกรรม เนื่องจากเป็นแหล่งโบราณสถานที่สะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองในพื้นที่ และยังมีรูปแบบที่แสดงถึงความสุนทรียศาสตร์ของฝีมือช่างที่พบในแหล่งโบราณสถาน ทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางด้านวิชาการ ผนวกกับคุณค่าทางด้านศิลปกรรม ดังนี้

1) พระมหาธาตุเจดีย์ โบราณสถานวัดพระฝาง เป็นเจดีย์ฐานสี่เหลี่ยม 3 ชั้น ทรงลังกา หรือระฆังคว่ำ แต่เดิมสันนิษฐานว่าเป็นเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์แบบสุโขทัย คาดว่าเปลี่ยนมาเป็นทรงระฆังในสมัยพระเจ้าบรมโกศ และได้รับการบูรณะอีกครั้งในสมัยรัชกาลที่ 4 พระมหาธาตุเจดีย์นี้เชื่อว่าเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุส่วนพระรากขวัญและพระฝาง บนยอดพระธาตุบรรจุพระทันตธาตุ มีหลักฐาน

ยืนยันว่าเป็นพระบรมธาตุศักดิ์สิทธิ์สำคัญของอาณาจักรมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย และในในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้บันทึกไว้ในหนังสือของท่านว่า พระมหาธาตุองค์นี้ได้รับการเคารพนับถือว่าเป็นพุทธบูชาสถานสำคัญของอาณาจักรคู่กับรอยพระพุทธรูปบาทสระบุรี

2) **วิหารหลวง** วิหารหลังนี้ผ่านการบูรณะมาหลายครั้ง คราวที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศมาบูชาพระมหาธาตุ และปฏิสังขรณ์อีกครั้งในสมัยรัชกาลที่ 4 ภายในประดิษฐานพระประธานชาวบ้านเรียกว่าหลวงพ่อใหญ่ บานประตูวิหารเป็นลานสลักไม้ เป็นศิลปะสมัยอยุธยา ปัจจุบันบานประตูคู่นั้นได้นำไปเก็บรักษาไว้ที่วัดธรรมาธิปไตย ส่วนที่เห็นอยู่ที่วิหารนั้นเป็นบานประตูที่จำลอง

3) **บานประตูวิหารวัดพระฝางจำลอง** บานประตูนี้แกะสลักใหม่ให้มีลักษณะเหมือนของเดิมทุกประการ เพื่อนำกลับไปติดตั้งยังวิหารหลวงวัดพระฝาง แต่ละบานขนาดกว้าง 1.2 เมตร สูง 5.3 เมตร และหนาถึง 16 เซนติเมตร ทำจากไม้ประดู่แกะสลักเป็นลายกนกก้านขด ลายพุ่มทรงข้าวบิณฑ์ บานละ 7 พุ่ม ระหว่างพุ่มทรงข้าวบิณฑ์มีกนกใบเทศขนาน สองข้างขวามือด้านบนมีอกเลาประตูอยู่ตรงกลาง แกะสลักเป็นลายเทพพนม ตอนบนอกเลา 4 องค์ ตอนล่างอกเลา 4 องค์ กล่าวกันว่างดงามเป็นที่สองรองจากประตูวิหารวัดสุทัศน์ในกรุงเทพมหานคร

4) **หลวงพ่อใหญ่** พระประธานอยู่ในวิหารวัดพระฝาง หลวงพ่อใหญ่มีพุทธลักษณะพระพักตร์รูปไข่ ขมวดพระเศวตง่าม ห้อย มีอุษณิษะใหญ่ พระรัศมีเป็นเปลว พระโขงโค้ง พระเนตรเหลือบต่อพระนาสิกโค้ง พระหัตถ์เสมอ ปลายจีวรเชี่ยวชาญ ขาบ นั่งขัดสมาธิราบ ปางมารวิชัย เป็นศิลปะสกุลช่างท้องถิ่น

5) **อุโบสถ** อุโบสถของวัดพระฝาง ชาวบ้านเรียกว่า โบสถ์มหาอุตม์ หรือโบสถ์สักยันต์ สร้างอยู่ทางด้านหลังของวิหารหลวงไปค่อนข้างไกล หันหน้าไปทางทิศตะวันตก โบสถ์หลังนี้เดิมเป็นที่ประดิษฐาน "พระฝางทรงเครื่อง" อาคารเป็นแบบสมัยอยุธยาตอนปลายลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีห้องมุขที่ยื่นออกไปด้านหลังหันหน้าไปทางทิศตะวันตกผนังรอบนอกใต้หน้าต่างมีลวดลายปูนปั้นสวยงาม มีประตูทางเข้าบานเดียว ปัจจุบันเป็นที่ประดิษฐานพระฝางทรงเครื่องจำลอง ภายในมีลายดาวเพดานและบานประตูไม้แกะสลักที่สวยงาม ภายนอกมีใบเสมาเก๋าล้อมรอบ

6) **พระฝางทรงเครื่อง** สร้างขึ้นในรัชสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศแห่งกรุงศรีอยุธยา ประมาณ พ.ศ. 2280 มีพุทธลักษณะที่งดงาม เป็นพระพุทธรูปที่สำคัญของแผ่นดินไทยอีกองค์หนึ่ง สันนิษฐานว่าผู้สร้างคือพระพากุลเถระ พระสังฆราชแห่งเมืองฝาง (เจ้าพระฝาง) ซึ่งเป็นเจ้าอาวาสวัดพระฝางในขณะนั้น องค์ที่เห็นประดิษฐานในโบสถ์วัดพระฝาง ปัจจุบันคือองค์จำลอง ในปี พ.ศ. 2444 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) โปรดให้อัญเชิญองค์พระประธาน ที่เรียกกันว่า "พระฝาง" ลงมายังวัดเบญจมบพิตร กรุงเทพฯ โดยที่ฐานพระไว้ที่เดิม

7) **ลานประลองอาคม** บริเวณสนามหญ้าข้างอุโบสถมหาอุตม์ สันนิษฐานว่าเป็นสถานที่ประลองวิชาอาคม การสักยันต์ของเจ้าพระฝาง ซึ่งได้ศึกษาจนวิชาแกร่งกล้า สักให้ชาวบ้านเพื่อเรียกขวัญ กำลังใจในการต่อสู้กับข้าศึกศัตรู

8) **วิหารหลวงพ่อเชียงแสน** วิหารหลังเล็กที่อยู่ใกล้วิหารหลวง เป็นสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นในสมัยปัจจุบันเพื่อประดิษฐานหลวงพ่อเชียงแสน หลังคาลดระดับสามชั้น ลดมุขทั้งด้านหน้าและด้านหลัง หน้าบันและหน้าบันปีกนกเป็นปูนปั้นนูนสูงเป็นรายก้านเขตเทพนม

9) **หลวงพ่อเชียงแสน** พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง เป็นพระพุทธรูปศิลปะสุโขทัย ซึ่งเป็นพระพุทธรูปมารวิชัย สร้างจากสำริด มีขนาดใหญ่ หน้าตักกว้าง 1.90 เมตร สูง 1.75 เมตร มีการตรวจสอบพบว่าสร้างในช่วงสุโขทัยตอนปลาย ชาวบ้านนิยมกันเรียกว่า หลวงพ่อเชียงแสน

10) **วิหารพระสังกัจจายน์** วิหารหลังเล็กอยู่ใกล้กับเจดีย์ราย วิหารตั้งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีประตู 1 ช่อง เป็นศิลปะล้านนา ผสมผสานสุโขทัย บันไดทางขึ้นเป็นบันไดนาค ภายในประดิษฐานพระสังกัจจายน์ และพระพุทธรูปอีก 4 องค์

11) **พระสังกัจจายน์และพระพุทธรูป 4 องค์** พระสังกัจจายน์ สร้างจากปูนปั้น ประดิษฐานหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ด้านหลังมีพระพุทธรูป 4 องค์ สร้างจากปูนปั้น นั่งหันหน้าเข้าหากัน

12) **เจดีย์ราย** เจดีย์ขนาดเล็กรายอยู่ด้านนอกกำแพงแก้วของพระมหาธาตุเจดีย์ 7 องค์ ซึ่งแต่ละองค์อยู่ในสภาพชำรุด รูปแบบของเจดีย์เป็นแบบสุโขทัย อยู่ยง และลั่นนามผสมผสานกัน

13) **รอยพระพุทธรูปจำลอง** เป็นรอยพระพุทธรูปหลักบนหินชนวน ประดิษฐานอยู่บนแท่นกลางแจ้งใกล้กับพระมหาธาตุเจดีย์

14) **อาคารพิพิธภัณฑวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ** เป็นอาคารที่เก็บรวบรวมวัตถุโบราณที่ขุดพบในชุมชนบ้านพระฝาง และวัตถุโบราณที่ค้นพบได้จากบริเวณวัดและบริเวณหาดแม่น้ำน่านในปัจจุบัน อาทิเช่น ขวานหินสมัยก่อนประวัติศาสตร์ พระพุทธรูปสมัยสุโขทัยและอยู่ยง เครื่องใช้สมัยอยู่ยงตอนปลาย ศิลปินเรื่องราววัดพระฝาง เหล็กน้ำพี้ เป็นต้น

15) **เสื่อพระธาตุ** โบราณสถานที่ชาวบ้านเชื่อกันว่า ก่อนที่จะเข้าไปดำเนินกิจกรรมใด ๆ ในเขตพระมหาธาตุเจดีย์ หรือเขตวิหาร จะต้องนำดอกไม้ ธูป เทียน มาขออนุญาตก่อน

16) **ศาลชีปะขาว** วิหารสี่เหลี่ยมหลังเล็ก เป็นสิ่งที่ชาวบ้านทุ่งขาว ห่มขาวนำข้าวปลาอาหาร ดอกไม้ บายศรี มาถวายในเวลาจัดงานประเพณี พิธีกรรมต่างๆ

17) **ประเพณีสมโภชพระมหาธาตุเจดีย์** ประเพณีที่มีการจัดขึ้นตามแบบอย่างในสมัยพระเจ้าตากสินที่ยกทัพมาตีเมืองพระฝางจนได้รับชัยชนะ โปรดเกล้าฯ ให้สมโภชวัดพระฝาง ชาวบ้านและผู้นำชุมชนจึงได้นำการสมโภชนี้เป็นประเพณีที่สำคัญของชาวตำบลผาจุก

18) **ปู่เมฆ ย่าหมอก** หุ่นผู้ชาย และผู้หญิงที่มีการปั้นให้หลับนอนกัน โดยใช้ดินเหนียวจากที่นาชาวบ้านที่มีผลิการทำนาดี เป็นความเชื่อในเรื่องการขอฝน เพื่อให้ชุมชนได้มีน้ำไว้ใช้ในการทำการเกษตร โดยในขุมปู่เมฆ ย่าหมอก จะประกอบได้ด้วย ข้าว ปลา อาหาร ธัญพืช สระน้ำขนาดเล็กพร้อมปลาเลี้ยงไว้ในสระ เพื่อบ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์

19) **ทำน้ารับเสด็จ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว** วันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2444 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เสด็จฯ มาสักการะวัดพระฝาง เห็นความงดงามของบานประตูวิหารวัดพระฝาง ความงดงามของพระฝางทรงเครื่อง จึงได้อัญเชิญพระฝางไปยังวัดเบญจมบพิตร

คู่มือแนะนำวัดพระฝางสว่างคูมูนีนาถเป็นคู่มือที่ให้ความรู้ในการชมแหล่งโบราณสถาน ที่ให้ผู้ที่สนใจนักท่องเที่ยว นักเรียน ได้ใช้ประกอบการชมในสถานที่จริง ซึ่งเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ คุณค่า คุณลักษณะ ความเชื่อ ประกอบภาพสองมิติ จัดพิมพ์ 4 สี สร้างจินตนาการของผู้เข้าชม แหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในบริเวณวัดพระฝางสว่างคูมูนีนาถ

โดยขั้นตอนในการจัดทำคู่มือได้มีการประเมินคู่มือให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ประเมิน พบว่า ผลจากการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.662) โดยการประเมินที่อยู่ในระดับ มากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการจัดภาพประกอบในคู่มือ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.582) และการประเมินที่อยู่ในระดับ มาก จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการใช้ภาษาในคู่มือ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.671) ด้านคุณภาพเนื้อหาของคู่มือ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.714) และด้านคุณลักษณะของคู่มือ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.679)

จากการเก็บข้อมูลใช้เครื่องมือแบบสอบถามการประเมินคู่มือแนะนำเที่ยวนักท่องเที่ยววัดพระฝางสว่างคูมูนีนาถ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว ในช่วงวันที่ 1 - 31 ธันวาคม 2561 จำนวน 30 ท่าน ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 41 - 60 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60 นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3

2. การประเมินนักท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือให้ความรู้ พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.805) ซึ่งแสดงว่า คู่มือฉบับนี้สามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เข้าชมได้อย่างชัดเจน ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า คะแนนเฉลี่ยที่ได้รับ ความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ 1) ภาพประกอบที่สามารถให้เข้าใจถึงเนื้อหาได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.808) 2) ภาพมีความชัดเจน ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.782) 3) คู่มือมีความสวยงาม น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.808) 4) เป็นประโยชน์ต่อการชม ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.795) 5) เนื้อหา มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.803) 6) ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.808) 7) แนะนำแนวทางในการชม ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.810) 8) ให้ความรู้ ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.817) 9) เนื้อหากระชับชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.797) 10) พกพาสะดวก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.795) 11) ให้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.807) 12) ขนาดมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.832) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคู่มือแนะนำเที่ยวทางวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคูมุนีนาน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคู่มือแนะนำเที่ยวทางวัฒนธรรม วัดพระฝางสว่างคูมุนีนาน	ระดับความสำคัญ		
	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับ
1. ให้ความรู้	4.28	0.618	มากที่สุด
2. เนื้อหามีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.32	0.935	มากที่สุด
3. ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม	3.98	0.675	มาก
4. ภาพมีความชัดเจน	4.48	0.782	มากที่สุด
5. ภาพประกอบที่สามารถให้เข้าใจถึงเนื้อหาได้ง่ายขึ้น	4.52	0.808	มากที่สุด
6. เนื้อหากระชับชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย	4.15	0.810	มาก
7. คู่มือมีความสวยงาม น่าสนใจ	4.47	0.808	มากที่สุด
8. แนะนำแนวทางในการชม	4.28	0.810	มากที่สุด
9. ให้ความคิดสร้างสรรค์	3.91	0.807	มาก
10. ขนาดมีความเหมาะสม	3.89	0.832	มาก
11. พกพาสะดวก	3.93	0.795	มาก
12. เป็นประโยชน์ต่อการชม	4.39	0.795	มากที่สุด
สรุป ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคู่มือแนะนำเที่ยวทาง วัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคูมุนีนาน	4.24	0.805	มากที่สุด

จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างแนะนำคู่มือให้ความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคูมุนีนาน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของขนาดตัวอักษร ความแข็งแรง คงทน ของคู่มือ ซึ่งคู่มือฉบับนี้ยังมีความบกพร่องและข้อจำกัดในหลายด้าน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในพื้นที่วัดพระฝางสว่างคูมุนีนาน เป็นสิ่งที่สำคัญระดับประเทศ และจะสามารถนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาพัฒนายกระดับศักยภาพของชุมชน ผ่านกระบวนการจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสอดคล้องกับ McIntosh & Goeldler (1986 อ้างใน พลอยระพี ชลวนิช, 2555) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ได้แก่ ลักษณะสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์หรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของวัดพิพิธภัณฑสถานวัตถุของเก่าแก่ พระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่ และยังสอดคล้องกับ ปิยธิดา สิริบุญญ และคณะ (2560) ที่กล่าวถึง นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์พระนางจามเทวี ในเขตอำเภอเมืองลำพูน ที่มีความสนใจในสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยวในอาณาจักรหริภุญชัย ที่มีความโดดเด่นสวยงาม และเรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาการออกแบบคู่มือให้ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชมโบราณสถานในวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า การออกแบบคู่มือนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจ มากที่สุดได้แก่ ภาพประกอบที่สามารถให้เข้าใจถึงเนื้อหาได้ง่ายขึ้น รองลงมาคือ ภาพมีความชัดเจน คู่มือมีความสวยงาม น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการชม สอดคล้องกับ พัชรินทร์ บุญสมธป และคณะ (2563) ได้ศึกษาการออกแบบคู่มือท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตเมืองกาญจนบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล กล่าวถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือที่มีระดับความพึงพอใจ มากที่สุดได้แก่ ด้านการใช้ประโยชน์ รองลงมา ด้านภาพประกอบและด้านเนื้อหา นอกจากนี้การออกแบบรูปภาพเป็นลักษณะสองมิติ พิมพ์ในระบบ 4 สี สร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ รัฐิพร พงศ์วิชัยเจริญ (2549) ทำการศึกษาโครงการวิจัยการออกแบบหนังสือนิทานสองมิติที่สามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพิ่มพูนความรู้และสติปัญญาเสริมสร้างจินตนาการ และสอดคล้องกับ ขวลิต เพิ่มพรสันติ (2551) ศึกษาเรื่อง โครงการออกแบบหนังสือคู่มือเที่ยวสวนสาธารณะกับรถไฟฟ้า ทำการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เน้นสีสันสดใสมาใช้ในงานให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งคู่มือถือได้ว่าเป็นปัจจัยในการพัฒนาจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยวก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ชุมชนบ้านพระฝางสามารถนำผลจากการออกแบบคู่มือให้ความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรมวัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ ไปใช้ในการให้ความรู้ในการชมแหล่งโบราณสถานภายในวัดพระฝางได้ และสามารถนำไปต่อยอดสู่การทำคู่มือการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษาในเรื่องขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมแหล่งโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านพระฝาง เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนรองรับนักท่องเที่ยวและวิจัยในรูปแบบกระบวนการจัดการพิพิธภัณฑ์วัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์ให้สามารถเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้ในทุกวัน

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม. 2549. “องค์พระผาง” เป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องสมัยอยุธยา.
ศิลปวัฒนธรรม, 28(1).
- พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. (2465). พระราชหัตถเลขา คราวเสด็จมณฑลฝ่ายเหนือ
ในรัชกาลที่ 5 นับในหนังสือเรื่องเที่ยวที่ต่าง ๆ เปนภาคที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทย.
ชวลิต เพิ่มพรสันติ. (2551). โครงการออกแบบหนังสือคู่มือเที่ยวสวนสาธารณะกับรถไฟฟ้า BTS.
วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ฐิติพร พงศ์วิชัยเจริญ. (2549). โครงการออกแบบหนังสือนิทานภาพสองมิติ เรื่องกบในกะลา สำหรับเด็ก
ในช่วงอายุ 3 – 6 ปี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ธนิก เลิศชาญฤทธิ. (2550). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประคอง กรรณสูตร. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยธิดา สีนรบุญ และคณะ. (2560). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์พระนางจามเทวี
ในเขตเมืองจังหวัดลำพูน. เอกสารการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- พรรณวิภา ดารามาต. 2543. การสร้างและทดลองใช้คู่มือศึกษารวมชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าไผ่
ปรวรรตสำหรับเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พลอยระพี ชลวนิช. 2555. แรงจูงใจที่มีผลต่อ การท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรินทร์ บุญสมธป และคณะ. (2563). การออกแบบคู่มือท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพิ่มมูลค่า
และส่งเสริมข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตเมืองกาญจนบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวแบบ
ดิจิทัล. บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 13(3).
- มนสิข สิทธิสมบูรณ์. 2550. ระเบียบวิธีวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). เอกสารประกอบการฝึกอบรม หลักสูตร การสร้างเครื่องมือเพื่อ
การวิจัยทางสังคมศาสตร์. นนทบุรี, โครงการความร่วมมือระหว่างสถาบันวิจัยและพัฒนา กับสำนัก
การศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2542). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ. สุวีริยาสาสน์.
- สายันต์ ไพรชาญจิตร. (2548). การจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑน์โดยองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สำนักศิลปากรที่ 6 สุโขทัย. (2539). รายงานการขุดค้นแหล่งโบราณคดีวัดพระผาง ตำบลผาจาก อำเภอเมือง
จังหวัดอุตรดิตถ์. ม.ป.ท.

สุภางค์ จันทวานิช. (2540). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุดมศักดิ์ อรรถโกวิท. (2549). *เมืองฝาง เจ้าพระฝาง วัดพระฝาง*. อยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา.



การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรภาครัฐยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

วิชญเดช นันไชยแก้ว¹

บทคัดย่อ

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากสำหรับทุกองค์กร และเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นในทุกองค์กร เพราะสร้างประโยชน์ให้องค์กรดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายได้ด้วยความมั่นใจ คุณภาพของบุคลากรจัดเป็นปัจจัยสำคัญ ในการพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์จึงต้องมีการปรับตัวโดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ จะช่วยทำให้องค์กรประหยัดเวลา ประหยัดต้นทุน ไม่ว่าจะเป็นในด้านการสรรหา หรือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ก็จะสามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลได้ โดยคำนึงถึง ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านทักษะที่จำเป็นในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสามารถนำไปประกอบกับการนำ HR Scorecard มาประยุกต์ใช้กับองค์กร จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: ทรัพยากรมนุษย์ / การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ / เทคโนโลยีดิจิทัล

¹ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการเงิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Human Resource Management in Government Organizations in the Digital Technology Era

Wissanudeth Nunchaikaew

ABSTRACT

Human resource is an extremely important factor for all organizations. It is also one of the important factors, which will lead the organization to be succeed or failed. Therefore, it is important and necessary for all because it creates the benefits to run various businesses. Human quality is an important factor that will lead the organization's goals, comprise of the current technological progress. The human resource management model has to adapt with the technology. It will help the organization to save time, cost in recruiting or human resource development. It will lead to be the efficiency and effectiveness in the digital technology era. These should consider in innovation, technology and essential in the digital technology era. These can be applied to use with the organization's HR Scorecard that will increase the management's efficiency.

Keywords: Human Resources / Human Resource Management / Digital Technology

บทนำ

ในปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว รวมถึงการมี AI (Artificial Intelligence) เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้นในการทำงาน เทคโนโลยีที่ดังกล่าวเปรียบเสมือนเป็นจุดเริ่มต้นและได้มีการพัฒนา มาเรื่อย ๆ เป็นการเพิ่มศักยภาพในการประดิษฐ์ของมนุษย์ เพื่อข้ามขีดจำกัดต่าง ๆ ในการทำงาน ความรวดเร็ว ของเทคโนโลยีและความคิดอันก้าวล้ำของมนุษย์มีแนวโน้มที่ว่า หลายสิ่งหลายอย่างอาจได้มีการพัฒนาไปได้ ไกลมากขึ้น ซึ่งจะมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาคการบริโภค ภาคการผลิต ในฐานะภาคเอกชน หรือเจ้าของธุรกิจจึงควรที่จะต้องมีการปรับตัวให้เท่าทัน เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและยั่งยืน (Wice, 2562)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) จึงต้องพัฒนา บุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ก้าวทันความทันสมัยของเทคโนโลยีนั้นซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ทำได้โดยง่าย เพราะเกิดปัญหามากมายจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องการลงทุนสูงและต้องเปลี่ยนแนวคิดในการ บริหารทรัพยากรมนุษย์ใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงทำให้การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ก็ต้องได้รับความสำคัญปรับตัวตามไปด้วย เพราะคนคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรทุก องค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกและทิศทางการดำเนินงานขององค์กรให้เติบโตได้อย่างเหมาะสมเพื่อ รองรับการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) โดยมีวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ และเป้าหมายการพัฒนาคนแบบใหม่ซึ่งมี 3 ประการด้วยกัน คือ การพัฒนา คนให้เป็นคนเก่ง คนดี และมีความสุข เพื่อให้อยู่กับองค์กรอย่างมีความสุขและยาวนาน ซึ่งส่งผลต่อเป้าหมาย ของสังคมและประเทศชาติด้วย (ชัยรัตน์ ชามพูนท, กมลพร กัลยาณมิตร และคณะ, 2564)

จากประเด็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว องค์กรภาครัฐจึงต้องมีการปรับตัวในเรื่องการ บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อช่วยในเรื่องการประหยัดต้นทุน ประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพ สามารถ บริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมได้

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ความท้าทายใหม่ในโลกยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นการเผชิญความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายต่อการ ปรับตัว ภาครัฐจึงต้องเร่งผลักดันภาคส่วนต่าง ๆ ให้มีความพร้อม รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยหนึ่งใน หลายภารกิจ คือ แผนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอย่างเร่งด่วนเช่นเดียวกัน “ดังนั้นองค์กรสมัยใหม่จะมีขนาดเล็กลง และองค์กรที่มั่นคงไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่ トラบใดที่คิดเร็วทำเร็ว มีนวัตกรรมใหม่ ๆ และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอยู่เสมอ องค์กรก็จะอยู่รอดต่อไปได้ ยกตัวอย่าง เช่น อูเบอร์ ซึ่งเป็นบริษัทเครือข่ายคมนาคมที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ไม่ได้มีรถเป็นของตัวเองเลยสักคัน หรือลาซาด้า เว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาภายใต้แนวคิดการเป็นแหล่งช้อปปิ้งผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ที่มีจำนวนการทำการซื้อขายมากที่สุดในประเทศไทย แต่บริษัทไม่ต้องผลิตหรือมีสินค้าของตัวเอง สองบริษัทนี้ จึงเป็นตัวอย่างขององค์กรที่มีรูปแบบการทำงานแห่งอนาคต และใช้เทคโนโลยีเป็นตัวเดินธุรกิจ” (พิชญ์พิจ สายเชื้อ, 2560)

นอกจากนั้น บริษัทต่าง ๆ จะพิจารณาเรื่องการใช้หุ่นยนต์มาเป็นแรงงานในอนาคตแทนคนมากขึ้น โดยบางส่วนคาดการณ์ว่า ในปี 2568 หนึ่งในสามของงานทุกประเภททั่วโลกจะใช้หุ่นยนต์ทำงาน นอกจากนี้ นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ดยังเชื่อกันว่า ภายใน 2 ทศวรรษข้างหน้า ประมาณร้อยละ 47 ของงานทุกประเภทจะใช้หุ่นยนต์ทำงานให้ทั้งหมด ข้อมูลจากสหพันธ์หุ่นยนต์นานาชาติ (International Federation of Robotics) เผยว่า จะมีการใช้หุ่นยนต์ 2.32 ล้านตัวทั่วโลกในปีนี้ ในจำนวนนั้นหมายถึงหุ่นยนต์ 41,600 ตัวในประเทศไทยด้วย และร้อยละ 80 ของหุ่นยนต์เหล่านี้ทำงานในภาคอุตสาหกรรม ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 ทำงานในอุตสาหกรรมภาคบริการ ทั้งนี้มีการคำนวณกันว่า อุตสาหกรรมที่เอาหุ่นยนต์มาใช้จะลดต้นทุนเฉลี่ยทั่วโลกร้อยละ 16

“ในประเทศไทย หลายบริษัทเริ่มนำหุ่นยนต์มาใช้กว่า 10 ปีแล้ว แต่ที่ผ่านมายังไม่กระจายไปทุกอุตสาหกรรมเพราะราคาแพง และเทคโนโลยียังไม่ดีพอ แต่ตอนนี้ราคาหุ่นยนต์เริ่มถูกลง โดยราคาหุ่นยนต์เฉลี่ยในสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ประมาณ 875,000 บาท เท่ากับว่าจ่ายค่าแรงหุ่นยนต์ชั่วโมงละ 130 บาท ในขณะที่ค่าแรงขั้นต่ำของคนที่นี่ตกชั่วโมงละ 238 บาท เนื่องจากหุ่นยนต์ไม่มีค่าสวัสดิการอื่น ๆ เพิ่มเติม ไม่มีการลางาน และไม่มีการใช้อารมณ์มาเกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้ผลงานมีความเสถียรภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นข้อดีของหุ่นยนต์ ส่งผลให้ปี 2016 ทั่วโลกมีเปอร์เซ็นต์ในการซื้อหุ่นยนต์เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 23”

“เมื่อปัจจัยการทำงานเปลี่ยนแปลง ทั้งเรื่องการใช้หุ่นยนต์ และพฤติกรรมของแรงงานในตลาดที่เปลี่ยนไป จนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนองค์กร ดังนั้นฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทในฐานะที่ต้องดูแลเรื่องนี้ จำเป็นต้องรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวด้วยความคล่องแคล่วไว ยืดหยุ่น และรวดเร็ว เพราะฝ่ายทรัพยากรบุคคลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนบริษัท ด้วยการพัฒนากลุ่มคนทำงานที่มาจากต่างที่ที่สามารถทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของบริษัทได้”

ทั้งนี้ จากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรภาครัฐ ต้องมีการปรับตัว การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและช่วยในการลดต้นทุนขององค์กร โดยสิ่งสำคัญที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องนำมาใช้ในการวางแผนการทำงาน คือ หนึ่ง เข้าใจกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ สอง พิจารณาลักษณะเฉพาะด้านวัฒนธรรมและความสามารถขององค์กรที่จะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความได้เปรียบมากขึ้น สาม ศึกษาภาพรวมของงานและให้ความสำคัญกับการลดปัญหาช่องโหว่ต่าง ๆ

กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึงขั้นตอนการดำเนินงานในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีแบบแผนเป็นระบบ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นอกจากจะเป็นกิจกรรมหนึ่งในกระบวนการบริหารงานบุคคลแล้ว ยังจัดเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานในองค์กรซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลักษณะขององค์กร ได้แก่ นโยบายการบริหารงาน บรรยากาศขององค์กร ลักษณะและภารกิจหน้าที่ผลการดำเนินงาน และประสิทธิภาพในการผลิตหรือให้บริการ ดังนั้นกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มี 4 ขั้นตอน (พิชญภา ยืนยาว, 2552) คือ

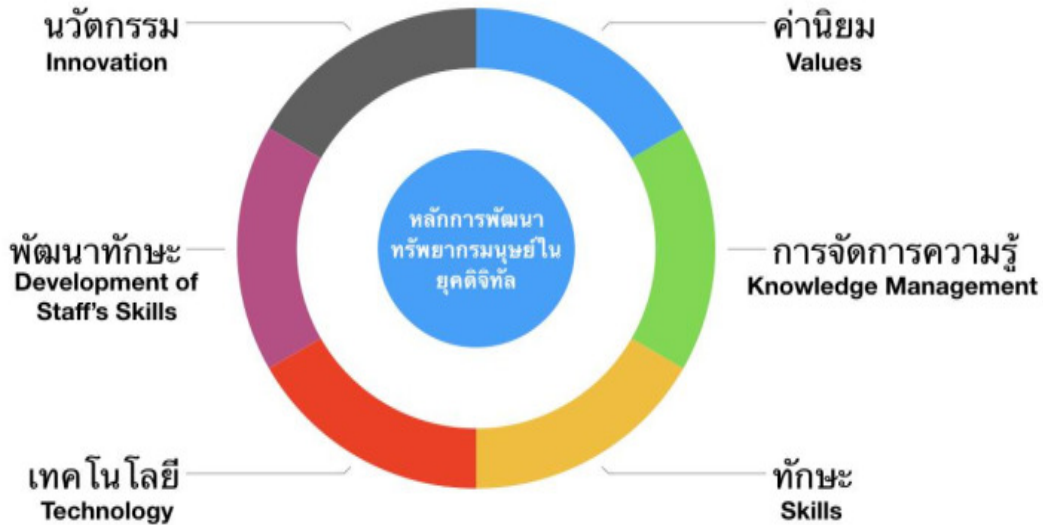
1. การประเมินหาความจำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับขอบเขตของภารกิจหน้าที่ ผลการดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ความเข้าใจในเป้าหมาย นโยบาย แผนการปฏิบัติงานตลอดจน กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร บุคลากรขาดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ขาดความรู้ในการใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือสมัยใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้ปัญหาการดำเนินงานที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะต้องเป็นปัญหา ซึ่งสามารถแก้ไขได้ด้วยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีขั้นตอนในการวางแผนพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ คือ การกำหนดความต้องการทรัพยากรมนุษย์ การสำรวจและประเมินทรัพยากรมนุษย์การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การกำหนดตำแหน่ง และการกำหนดเงินเดือน

2. การตอบสนองความต้องการทรัพยากรมนุษย์ เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยในขั้นตอนนี้มีกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ คือ การสรรหา การคัดเลือก และการเตรียมความพร้อมของบุคคลสำหรับงาน

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เมื่อองค์กรได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานให้กับองค์กรแล้ว ในการส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรเหล่านั้นมีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนถึงทักษะความชำนาญในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การกระทำทุกอย่างที่จะเพิ่มศักยภาพและพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถ ทศนคติ พฤติกรรม ตลอดจนถึงจริยธรรมของบุคลากรให้เอื้อต่อการปฏิบัติงานเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยทั่วไปแล้วการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรจะกระทำผ่านกิจกรรมต่อไปนี้ คือ การศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนาตนเอง การดูงาน เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์อีกทางหนึ่งให้แก่บุคลากร

4. การธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร คือ ความพยายามในการจูงใจและสร้างขวัญกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานดีเด่นและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นปฏิบัติหน้าที่ให้กับองค์กรได้อย่างยาวนาน มีความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งเมื่อบุคลากรมีความสุขและพึงพอใจในการปฏิบัติงานแล้ว ย่อมจะส่งผลให้เขาเหล่านั้นปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ สามารถช่วยพัฒนาแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการอย่างบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อไป

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นเครื่องมือในการดำเนินการขององค์กรเพื่อพัฒนาบุคลากรขององค์กรสามารถสรุปการพัฒนาที่สำคัญได้ 4 องค์ประกอบ คือ การพัฒนารายบุคคล การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาองค์การ และการบริหารผลการปฏิบัติงาน ตามกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการวิเคราะห์หาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ขั้นการออกแบบวิธีการและการเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ขั้นการดำเนินการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และขั้นการประเมินผลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยที่การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์การให้มีสมรรถนะที่จำเป็นและเหมาะสมในด้านความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคลากรให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นจนเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์การสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน (เอกสิทธิ์ สนามทอง, 2562)



ที่มา: โสมวลี ชยามฤต (2564)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับยุคดิจิทัลขององค์กรภาครัฐและเอกชน ทำให้เกิดองค์ความรู้ถึงวิธีการที่เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับยุคดิจิทัลในองค์กรภาครัฐในปัจจุบัน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ด้านนวัตกรรม ด้านค่านิยม ด้านพัฒนาทักษะ ด้านการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยี และด้านทักษะ ที่สำคัญคือการพัฒนาค่านิยม การจัดการความรู้ การสร้างและเสริมทักษะที่จำเป็น ความสามารถที่จะเรียนรู้และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การพัฒนาทักษะของบุคลากร และการพัฒนานวัตกรรมในการจัดเก็บองค์ความรู้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสม โดยพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ก้าวทันความทันสมัยของเทคโนโลยี โดยเป้าหมายการพัฒนาคนแบบใหม่ คือ การพัฒนาคนให้เป็นคนเก่ง คนดี และมีความสุข เพื่อให้อยู่กับองค์การอย่างมีความสุขและยาวนาน โสมวลี ชยามฤต (2564)

กล่าวโดยสรุปแล้ว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรภาครัฐยุคเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ 1) ด้านบุคคล คือการพัฒนาความรู้ความสามารถ ครอบคลุมถึงทักษะทางเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการทำงานในปัจจุบัน 2) ด้านองค์กร คือการพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นและมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน และ 3) ด้านสวัสดิการ เพื่อให้เกิดความสมดุลและเหมาะสม อันจะเกิดประโยชน์ในการรักษาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

รูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศสู่จุดหมายที่ต้องการ สถานการณ์ตลาดแรงงานในไทยคืออีกหนึ่งความท้าทายของภาคธุรกิจ ซึ่งภายใต้การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล หลายประเทศได้ทำการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ร่วมกับ

เทคโนโลยี แต่ยังมีเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานในสายงานที่กำลังเป็นที่ต้องการ โดยจะต้องร่วมมือกันพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายการนำประเทศเข้าสู่ยุคดิจิทัล ตามที่รัฐบาลได้ชูนโยบายสำคัญอย่างไทยแลนด์ 4.0 หรือ อุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งเป็นตัวแบบ (Model) เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการบริการระดับสูง เพื่อผลักดันการเติบโตของรายได้ในประเทศให้สูงขึ้นภายใน 5 ปี ข้างหน้า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศสู่จุดหมายดังกล่าว ภาครัฐได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านแรงงานเป็น 4 ระยะด้วยกัน มีเวลาในการดำเนินการระยะละ 5 ปี ซึ่งรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ยุค 4.0 มีประเด็นที่ควรพิจารณา ดังนี้ (ประคอง สุคนธจิตต์, 2562)

1. การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล

การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นด้านหน้าสำคัญในการหาบุคลากรเข้าทำงาน แม้จะไม่ใช่หน่วยงานหลักในการสร้างผลประกอบการหรือผลกำไร แต่ก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนงานอื่น ๆ นอกจากสรรหาแล้วยังต้องทำหน้าที่ดูแลสวัสดิการ ผลประโยชน์ ความก้าวหน้าและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งก็คือบทบาทในการรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าไว้ให้แก่องค์กรอย่างต่อเนื่อง ในโลกยุคใหม่งานด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ เป็นงานที่ทำนายผู้บริหารสูงสุด เพราะว่ามีจำนวนแรงงานค่อนข้างหายาก ประกอบกับแรงงานยุคใหม่ไม่ค่อยสนใจที่จะมาเป็นลูกจ้าง ส่วนใหญ่จะหันมาเปิดกิจการเป็นของตัวเอง จึงเป็นจุดที่ผู้บริหารควรที่จะเริ่มหันมาใส่ใจในกระบวนการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีแนวทางในการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ที่ถูกใจแรงงานในยุคปัจจุบัน ดังนี้ (กฤตินี กุลเพ็ง, 2559)

1.1 สร้างแรงจูงใจ องค์กรต้องสร้างแรงจูงใจให้คนรู้จักหน่วยงานหรือบริษัท ให้มากขึ้น โดยใช้ทางอิเล็กทรอนิกส์หรือการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ตลอดจนตัวสินค้าสำคัญ ๆ ที่ติดตลาดอยู่ หรือใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกแบบเครื่องแบบของพนักงานประจำปี โดยการจ้างนักออกแบบชื่อดังมาทำการออกแบบ เพื่อเป็นการสร้างกระแสแฟชั่น ให้กับคนรุ่นใหม่ที่รักสวยรักงามให้เข้ามาสมัครงานกับองค์กร ทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและเกิดแรงจูงใจที่อยากจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือปฏิบัติงานด้วย ซึ่งมีบุคลากรรุ่นใหม่บางคนไม่สนใจเรื่องเงินเดือนและสวัสดิการ แต่ต้องการมาสวมใส่เครื่องแบบของบริษัทที่เขาชื่นชอบ ชอบงานท้าทาย มีความก้าวหน้าเร็ว สถานที่ทำงานอยู่ในเมืองสะดวกต่อการเดินทาง นอกจากนี้ อาจเป็นเรื่องการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน (Salary Growth) การปรับเงินเดือนโดยไม่ต้องเรียกร้อง มีระบบการบริหารจัดการเรื่องนี้อย่างเป็นระบบ เช่น เมื่อมีการปรับตำแหน่งเกิดขึ้น พนักงานจะได้ปรับอัตราค่าจ้างทันทีโดยไม่ต้องขออนุมัติ มีการประเมินศักยภาพได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน เมื่อพนักงานทำงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด มีความรู้ความสามารถก็จะได้เลื่อนไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

1.2 การพัฒนาคุณภาพเครื่องมือสรรหาและระบบประเมินผู้สมัครงานในยุค 4.0 เครื่องมือการสรรหาและระบบประเมินผู้สมัครงาน จะต้องอำนวยความสะดวกด้านเอกสารการสมัครงาน รูปถ่าย ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และระบบการประเมินเมื่อป้อนข้อมูลเข้าไป ระบบสามารถสรุปผลได้ทันที เช่น ผู้สมัครรายใดมีคุณสมบัติเหมาะสมตรงกับความต้องการขององค์กร

1.3 การบริหารและสร้างเสริมเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) ของพนักงานให้มากขึ้น นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมของตนเองและของพนักงานคนอื่น ๆ ในองค์กร ซึ่งจะมีส่วนช่วยในงานการสรรหาบุคลากรได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะบุคลากรระดับบริหารซึ่งเป็นที่รู้จักที่มีบทบาททางสังคมมาก ทรัพยากรมนุษย์จึงพึงใช้ประโยชน์จากการขอความร่วมมือจากบุคลากรในองค์กร ทุกคนช่วยหาคนที่เหมาะสมให้กับองค์กร นอกจากจะใช้ประโยชน์จากเครือข่ายทางสังคมของบุคลากรแล้ว ทรัพยากรมนุษย์ยังต้องช่วยขยายเครือข่ายให้หรือสนับสนุนบุคลากร เช่น ให้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการทำงาน รวมถึงโปรแกรมประยุกต์สื่อสังคมอื่น ๆ ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน

1.4 การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ผ่านบล็อก (Blogs) ของบุคลากร นอกจากลงโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทเองหรือตามเว็บไซต์ของบริษัทสรรหาพนักงานอื่น ๆ แล้ว การให้ทรัพยากรมนุษย์ได้มีโอกาสไปทำกิจกรรมต่าง ๆ กับพนักงานในบล็อกของบริษัทอื่นด้วยเพื่อสร้างความคุ้นเคยเป็นกันเอง และยังสามารถนำข่าวเกี่ยวกับการรับสมัครพนักงานไปเผยแพร่ในบล็อกได้ โดยคนในยุคปัจจุบันนิยมคุยกันทางบล็อกมากขึ้น ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์จึงควรใช้ช่องทางนี้ในการสรรหาคนเข้ามาทำงาน

1.5 การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ผ่านระบบสมาร์ตโฟน โดยการส่งข้อความประกาศรับสมัครงานทางมือถือ ซึ่งมักพบอยู่บ่อย ๆ คือ ข้อความโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ มีอยู่ตลอดเวลา การโฆษณาประกาศรับสมัครงานผ่านมือถือจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง สามารถออกแบบข้อมูลให้ทันสมัยเป็นมัลติมีเดีย ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น

1.6 การสร้างวิดีโอเพื่อสรรหาทรัพยากรมนุษย์ (Recruiting Video) ปัจจุบัน บริษัทชั้นนำหลายแห่งได้จัดทำวิดีโอหรือแผ่นซีดี เพื่อใช้เป็นสื่อโฆษณาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ซึ่งในวิดีโอหรือซีดีนั้นจะเล่าถึงปณิธาน ค่านิยมของบริษัท ธุรกิจที่ทำ ความสำเร็จ วิธีการในการดูแลรักษาและพัฒนาบุคลากร รวมถึงแนวทางการพัฒนาทางสายอาชีพและโอกาสต่าง ๆ ที่บริษัทมอบให้พนักงาน อาจมีบทสัมภาษณ์พนักงานเล่าประสบการณ์และความประทับใจต่าง ๆ เกี่ยวกับบริษัทด้วย หรือเก็บภาพอาคารสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนให้ผู้สมัครงาน หรืออาจใช้กิจกรรมทางสังคมมาเป็นสื่อความหมายต่อผู้ที่ต้องการมาสมัครงาน อาทิเช่น ลดภาวะโลกร้อน กิจกรรมคืนสู่สังคมช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส อาจมีการให้ซื้อสินค้าของบริษัท และสามารถนำรายได้ส่วนหนึ่งไปช่วย เป็นต้น

2. การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ยุค 4.0

การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ให้ได้บุคลากรที่ดี มีคุณสมบัติเหมาะสมตรงกับคุณลักษณะเฉพาะของงานที่กำหนดไว้ ถ้าองค์กรใดสามารถคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการทำงานองค์กรนั้นย่อมจะได้รับผลสำเร็จในการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย มีผลงานดี เป็นที่เชื่อถือและทำให้องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับแก่องค์กรต่าง ๆ ตลอดจนประชาชนทั่วไปด้วย ดังนั้น จึงนับได้ว่าการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุค 4.0 การคัดเลือกนอกจากจะให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมกับงานแล้วยังช่วยให้บุคลากรทำงานได้ดีขึ้น ช่วยลดปัญหาการเปลี่ยนงานบ่อย มีรายละเอียด ดังนี้ (ฮังกูร วงศ์กลลุต, 2559)

2.1 นโยบายในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร โดยการกำหนดมาจากผู้บริหารระดับสูง เช่น กำหนดนโยบายสำหรับการคัดเลือกบุคลากรใหม่ ประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ เจตคติ วุฒิภาวะ มนุษย์สัมพันธ์ และสุขภาพ เป็นต้น

2.2 ประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรย่อมจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยประสิทธิภาพการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กร

2.3 การพิจารณาถ่วงดุลการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ย่อมจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก และจะต้องเสียเวลาในขั้นตอนของการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการทดสอบ การสัมภาษณ์ ตรวจสอบหลักฐาน และการอ้างอิงบุคลากรที่เป็นผู้รับรอง อีกด้วย ดังนั้นการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดความคุ้มค่าแก่องค์กร

2.4 การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อองค์กร ทำให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน ได้งานที่มีคุณภาพ ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้ผลบรรลุเป้าหมาย

2.5 การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน โดยเฉพาะการจ้างแรงงานเด็ก แรงงานผู้หญิง และแรงงานจากต่างประเทศ องค์กรจะต้องมีการศึกษาข้อกำหนดให้ชัดเจนและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

2.6 ผู้ที่มีหน้าที่ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ จะต้องเป็นทีมงานที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์มาแล้วเป็นอย่างดี โดยอาศัยจากประสบการณ์การทำงาน การศึกษาพฤติกรรมของทรัพยากรมนุษย์และการฝึกอบรมเทคนิคการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้นองค์กรที่มีทีมงานที่ดีในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ก็จะสามารถคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่ดี มีคุณภาพสมตามความมุ่งหมายที่องค์กรกำหนดไว้

3. กลยุทธ์การรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สิ่งหนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นความท้าทายขององค์กรในยุคปัจจุบัน คือการรักษาและพัฒนาความสามารถของบุคลากร สิ่งสำคัญอยู่ที่ความก้าวหน้าของอาชีพการงาน ซึ่งเป็นแนวทางที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพได้เดินต่อไปสู่การเป็นผู้นำพร้อมกับบทบาทที่ดียิ่งขึ้น ระบบทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัลนั้นต้องอาศัยคนเป็นศูนย์กลาง รวมถึงการรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพให้อยู่ในแนวหน้าของการผลักดันองค์กรให้เติบโตไปพร้อม ๆ กัน แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Workforce Life Solutions) ยังมีตัวช่วยในการสะท้อนผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น หลักสูตรการเรียนการสอนแบบอิเล็กทรอนิกส์ การให้คำปรึกษา การตรวจสุขภาพและกิจกรรมอาสาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ชีวิตและการทำงาน สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความพึงพอใจและประสิทธิภาพให้แก่บุคลากร ในแง่ของการมีส่วนร่วมและแรงกระตุ้นในการทำงานระยะยาว ผลตอบแทนที่อยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม ความแม่นยำและประสิทธิภาพในการทำงาน งานที่มีความท้าทายสูงก็จะได้รับผลตอบแทนสูง ในขณะเดียวกันรางวัลที่ได้รับในการทำงานก็มาจากความทุ่มเทของบุคลากร การที่องค์กรสามารถรักษาบุคลากรที่มีฝีมือไว้ได้ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผลตอบแทนที่บุคลากรได้รับ องค์กรทั้งหลายต่างแข่งขันกันเพื่อสรรหาและรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีฝีมือดี

อีกหนึ่งแนวคิดที่สามารถปฏิบัติได้จริง คือการตอบแทนบุคลากรด้วยรางวัลที่อยู่บนความยุติธรรมและประสิทธิภาพในการทำงาน

การเปลี่ยนแปลงสู่โลกดิจิทัลได้สร้างระบบทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ และปฏิวัติรูปแบบการทำงานแพร่หลายไปทั่วโลก ดังนั้น สิ่งสำคัญคือการที่ระบบทรัพยากรมนุษย์สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความคิดของสถานที่ทำงานในยุคดิจิทัล และเตรียมพร้อมกับการรับเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว โดยอาศัยแนวทางสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การใช้ผู้ที่มีศักยภาพเป็นศูนย์กลาง การใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์ สังคมการทำงานและความร่วมมือ รวมถึงเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนและการมีส่วนร่วมของพนักงาน ภาพรวมการทำงานที่เน้นผู้ที่มีความสามารถ ข้อมูลทางธุรกิจและกลยุทธ์ทางสังคม ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะต้องอาศัยความช่วยเหลือจากเทคโนโลยี ในการพัฒนาประสบการณ์ของบุคลากรช่วยเสริมสร้างพลัง ให้แก่ทรัพยากรมนุษย์ การปฏิบัติงานที่อยู่บนความรวดเร็ว ทำให้บุคลากรมีส่วนร่วมและปรับตัวได้ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้คือกุญแจสำคัญ ที่จะช่วยสร้างระบบทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (YamYam, 2561)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล

การบริหารทรัพยากรบุคคลตามแนวทาง HR Scorecard จากสภาพแวดล้อม สังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ก้าวเข้าสู่ยุคการบริหารที่เน้นองค์ความรู้ (Knowledge Economy) องค์กรต่าง ๆ เผชิญภาวะการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น เป็นเหตุให้องค์กรต้องเริ่มหันมาตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการ “คน” ในองค์กรมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างคนให้สร้างคุณค่า (Value Creation) และความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับองค์กร (ภัทร พจนพานิช, 2560)

จากช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้คนหรือองค์กรส่วนใหญ่มักไม่ได้คำนึงถึงความสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคลว่า มีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างไร เนื่องจากการทำงานของฝ่ายบุคคลที่ผ่านมาเป็นการทำงานที่เน้นขั้นตอน กระบวนการ และกฎระเบียบที่ซับซ้อน แข็งตัว ไม่ยืดหยุ่นและจ้องจับผิด ไม่สนับสนุนกับทิศทางหรือเป้าหมายขององค์กร ในขณะที่เดียวกันกลับจะเป็นการถ่วงการพัฒนาขององค์กรเสียด้วยซ้ำไป แต่ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแนวความคิดใน “การบริหารจัดการคน” ให้ตอบสนองต่อองค์กรได้ ซึ่งเชื่อว่าคนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลผลิตและการเรียนรู้ สร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กรเกิดความแข็งแกร่งและความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง การบริหารคนให้สอดคล้องกับการบริหารงานประเภทอื่น ๆ ขององค์กรในลักษณะนี้ก่อให้เกิดแนวคิดของการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resource Management: SHRM) คือ การมุ่งเน้นพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร มีการพัฒนาจิตใจ และกำหนดทิศทางการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มุ่งสู่เป้าหมายพันธกิจขององค์กร ดังนั้น การบริหารทรัพยากรบุคคลยุคใหม่จึงเป็นการบริหารทรัพยากรบุคคลแบบทบาทเชิงรุก ซึ่งแตกต่างจากการบริหารงานบุคคลแบบเดิมที่เป็นการบริหารงานบุคคลเชิงรับมุ่งเน้นที่หน้าที่หรือกระบวนการ

การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงรับ (แบบเก่า)

1. การบริหารแบบมุ่งเน้นงานธุรการงานบุคคล
2. กิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคลจะออกแบบเฉพาะเรื่องการบริหารทรัพยากรบุคคลเท่านั้น
3. ลำดับความสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคล มักจะสอดคล้องกับกิจกรรมประจำวัน

(Routine Activities) ของการบริหารทรัพยากรบุคคล

4. หน่วยงานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลรับผิดชอบการบริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กร

การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงรุก (แบบใหม่)

1. การบริหารแบบมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าให้องค์กรโดยผ่านทรัพยากรมนุษย์
2. กิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคลต้องสัมพันธ์และสอดคล้องกับแผนองค์กร
3. ลำดับความสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคล ต้องสอดคล้องกับลำดับความสำคัญของกลยุทธ์

องค์กร

4. ผู้บริหารสายงาน/หน่วยงาน และหน่วยงานด้านทรัพยากรบุคคลร่วมกันรับผิดชอบในการบริหารทรัพยากรบุคคล

HR Scorecard คืออะไร HR Scorecard คือเครื่องมือ สำหรับใช้ประเมินผลสำเร็จด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มขีดสมรรถนะกำลังคนขององค์กรให้มีความเข้มแข็งและสอดคล้องกับภารกิจขององค์กร ซึ่ง อ.ก.พ. วิสามัญเกี่ยวกับการบริหารกำลังคนภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพ มีมติเห็นชอบต่อหลักการ องค์กรประกอบและวิธีการประเมินระบบบริหารทรัพยากรบุคคลของส่วนราชการ (5 กุมภาพันธ์ 2547) โดยใช้ชื่อเป็นภาษาไทยว่า “การพัฒนาสมรรถนะการบริหารทรัพยากรบุคคล” แทนความหมายของ HR Scorecard

องค์ประกอบของ HR Scorecard จากการศึกษาและวิเคราะห์แบบแผนการปฏิบัติที่ดี (Best Practices) เกี่ยวกับการประเมินระบบบริหารทรัพยากรบุคคลของภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศประกอบกับแนวทางการประยุกต์ใช้ในราชการพลเรือนไทย สำนักงาน ก.พ. จึงกำหนดองค์ประกอบของการประเมินผลสำเร็จด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลไว้ 4 ส่วน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2563)

1. มาตรฐานความสำเร็จของระบบบริหารทรัพยากรบุคคล (Standard for Success) หมายถึงผลการบริหารทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นเป้าหมายสุดท้ายที่องค์กรต้องบรรลุซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 มิติ คือ



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2563)

มิติที่ 1 ความสอดคล้องเชิงยุทธศาสตร์ เป็นมิติที่จะทำให้ส่วนราชการทราบว่า มีแนวทางและวิธีการบริหารทรัพยากรบุคคล สอดคล้องกับมาตรฐานดังต่อไปนี้หรือไม่ ดังนี้

1.1 มีนโยบาย แผนงานและมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีความสอดคล้องและสนับสนุนให้จังหวัด บรรลุพันธกิจเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

1.2 มีการวางแผนและบริหารกำลังคนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ กล่าวคือ “กำลังคนมีขนาดและสมรรถนะ” ที่เหมาะสมสอดคล้องกับการบรรลุภารกิจและความจำเป็นขององค์กร ทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีการวิเคราะห์สภาพกำลังคน (Workforce Analysis) สามารถระบุช่องว่างด้านความต้องการกำลังคน และมีแผนเพื่อลดช่องว่างดังกล่าวหรือไม่

1.3 มีนโยบาย แผนงาน โครงการและมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อดึงดูด ให้ได้มาพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งกลุ่มข้าราชการและผู้ปฏิบัติงานที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง ซึ่งจำเป็นต่อความคงอยู่และขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Talent Management) หรือไม่

1.4 มีแผนการสร้างและพัฒนาผู้บริหารทุกระดับ รวมทั้งมีแผนการสร้างความต่อเนื่องในการบริหารราชการหรือไม่ นอกจากนี้ยังรวมถึงการที่ผู้นำปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีและสร้างแรงบันดาลใจให้กับข้าราชการและผู้ปฏิบัติงาน ทั้งในเรื่องของผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมในการทำงานหรือไม่

มิติที่ 2 ประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Operational Efficiency) หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร (HR Transactional Activities) มีลักษณะดังต่อไปนี้หรือไม่

2.1 กิจกรรมและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร เช่น การสรรหาคัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การพัฒนา การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การโยกย้าย และกิจกรรมด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลอื่น ๆ มีความถูกต้องและทันเวลา (Accuracy and Timeliness) หรือไม่

2.2 มีระบบฐานข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีความถูกต้อง เที่ยงตรงทันสมัย และนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจและการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรได้จริงหรือไม่

2.3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลต่องบประมาณรายจ่ายของส่วนราชการมีความเหมาะสม และสะท้อนผลิตภาพของบุคลากร (HR Productivity) ตลอดจนความคุ้มค่า (Value for Money) หรือไม่

2.4 มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกิจกรรมและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลของส่วนราชการ เพื่อปรับปรุงการบริหารและการบริการ (HR Automation) หรือไม่

มิติที่ 3 ประสิทธิภาพของการบริหารทรัพยากรบุคคล (HRM Program Effectiveness) หมายถึง นโยบาย แผนงาน โครงการ และมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรก่อให้เกิดผลดังต่อไปนี้หรือไม่ เพียงใด

3.1 มีนโยบาย แผนงาน โครงการ หรือมาตรการในการรักษาไว้ซึ่งองค์กรและผูู้ปฏิบัติงานซึ่งจำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมาย พันธกิจขององค์กรหรือไม่

3.2 บุคลากรผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อนโยบาย แผนงานโครงการ และมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรหรือไม่

3.3 มีนโยบาย แผนงาน โครงการ และมาตรการในการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ (Development and Knowledge Management) เพื่อพัฒนาองค์กรและผูู้ปฏิบัติงานให้มีทักษะและสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการบรรลุภารกิจและเป้าหมายขององค์กรหรือไม่

3.4 มีระบบการบริหารผลงาน (Performance Management) ที่เน้นประสิทธิภาพประสิทธิผลและความคุ้มค่า มีระบบหรือวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่สามารถจำแนกความแตกต่างและจัดลำดับผลการปฏิบัติงานของผูู้ปฏิบัติงานซึ่งเรียกชื่ออื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใด นอกจากนี้ ผูู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจถึงความเชื่อมโยงระหว่างผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคลและผลงานของทีมงานกับความสำเร็จหรือผลงานขององค์กรหรือไม่

มิติที่ 4 ความพร้อมรับผิดด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

4.1 มีความรับผิดชอบต่อการตัดสินใจและผลของการตัดสินใจด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ตลอดจนการดำเนินการด้านวินัย โดยคำนึงถึงหลักความสามารถและผลงาน หลักคุณธรรม หลักนิติธรรม และ

หลักสิทธิมนุษยชนหรือไม่

4.2 มีความโปร่งใสในทุกกระบวนการของการบริหารทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้จะต้องกำหนดให้ความพร้อมรับผิดชอบด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลแทรกอยู่ในทุกกิจกรรมด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรหรือไม่

มิติที่ 5 คุณภาพชีวิตและความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน หมายถึง การที่องค์กรมีนโยบาย แผนงาน โครงการและมาตรการ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตขององค์กร ดังนี้

5.1 ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานระบบงาน และบรรยากาศการทำงาน ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาใช้ในการบริหารองค์กรและการให้บริการ ซึ่งจะส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ โดยไม่สูญเสียรูปแบบการใช้ชีวิตส่วนตัวหรือไม่

5.2 มีการจัดสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมที่ไม่ใช่สวัสดิการภาคบังคับตามกฎหมาย ซึ่งมีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและสภาพขององค์กรหรือไม่

5.3 มีการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหารขององค์กร กับบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยกันเอง และให้กำลังคนมีความพร้อมที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้พัฒนาไปสู่วิสัยทัศน์ที่ต้องการหรือไม่

2. ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors) หมายถึง นโยบายแผนงานโครงการ มาตรการและการดำเนินการต่าง ๆ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะทำให้องค์กรบรรลุมาตรฐานความสำเร็จ

3. มาตรวัดหรือตัวชี้วัดความสำเร็จ (Measures and Indicators) หมายถึง ปัจจัยหรือตัวที่บ่งชี้ว่าองค์กร มีความคืบหน้าในการดำเนินการตามนโยบายแผนงาน โครงการและมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรฐานแห่งความสำเร็จจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้มากน้อยเพียงใด

4. ผลการดำเนินงาน หมายถึง ข้อมูลจริงที่ใช้เป็นหลักฐานในการประเมินว่าองค์กรได้ดำเนินการตามนโยบาย แผนงานโครงการและมาตรฐานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรฐานแห่งความสำเร็จ

บทสรุป

ในปัจจุบัน รูปแบบเศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน และการบริหารงาน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์จึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในหน่วยงาน อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนของหน่วยงานได้ ในอดีตที่ผ่านมา การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ จะคำนึงถึงด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ด้านกลยุทธ์การรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการปรับตัวขององค์กรภาครัฐจะต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และการคำนึงถึงด้านสวัสดิการ เพื่อให้เกิดความสมดุลและเหมาะสม อันจะเกิดประโยชน์ในการรักษาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว องค์กรภาครัฐยุคเทคโนโลยีดิจิทัล จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาองค์กรในมิติต่าง ๆ เพิ่มขึ้น อาทิเช่น ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านทักษะที่จำเป็นในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสามารถนำไปประกอบกับการนำ HR Scorecard ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) เข้ามาประกอบการทำตัวชี้วัดของหน่วยงาน ก็จะเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลได้

เอกสารอ้างอิง

- กฤติน กุลเพ็ง. (2559). กลยุทธ์การสรรหาบุคลากร. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์.
- ชัยรัตน์ ขามพูนท, กมลพร กัลยาณมิตร และคณะ. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคการเปลี่ยน
ฉบับเส้นทางดิจิทัล. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย, 8(1), 195-208.
- ประคอง สุคนธ์จิตต์. (2562). ทรัพยากรมนุษย์ ยุค 4.0. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ,
7(1), 17-28.
- พิชญ์พีชี สายเชื้อ. (2560). บริหารจัดการทุนมนุษย์ ความท้าทายใหม่ในโลกยุคดิจิทัล. [Online]. Available:
<https://www.prachachat.net/csr-hr/news-81566> [2565, มีนาคม 10].
- พิชญภา ยืนยาว. (2552). รูปแบบการบริหารทรัพยากรบุคคลในสถาบันอุดมศึกษา. คุชฎินิพนธ์ปริญญา
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สาขาการบริหารการศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภัทร พจน์พานิช. (2560). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0. กรุงเทพฯ :
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2563). มาตรฐานความสำเร็จด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
(HR Scorecard). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- โสมวลี ชยามฤต. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับยุคดิจิทัลขององค์การภาครัฐและเอกชน.
วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(1), 38-50.
- อังกูร วงศ์กลฐุต. (2559). นัก HR...ใช้ประโยชน์จาก “โลกยุคดิจิทัล” ได้อย่างไร?. วารสาร HR Society
Magazine, 14(164), 66.
- เอกสิทธิ์ สนามทอง. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ : แนวทางพัฒนาสู่ความสำเร็จขององค์กร.
วารสารเกษมบัณฑิต, 20(1), 64-77.
- Wice. (2562). ทำความรู้จักโลกในยุคดิจิทัล. [Online]. Available: <https://www.wynnsoft-solution.com/บทความ/Get-to-know-the-world-in-the-digital-age> [2565, มีนาคม 10].
- YamYam. (2561). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. [Online]. Available: <http://www.theeleader.com>
[2565, มีนาคม 10].



การเปิดรับเนื้อหา กระแสนิยม และการใช้ประโยชน์ จากศิลปิน K-POP ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีผลต่อเด็กและเยาวชนไทย

สุดารัตน์ ยมรัตน์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับเนื้อหาวัฒนธรรมศิลปิน K-POP 2) ศึกษากระแสนิยมของศิลปิน K-POP และ 3) ศึกษาการใช้ประโยชน์สื่อดิจิทัลในการสร้างเนื้อหาจากกระแสนิยมของศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็กและเยาวชนไทย ผลการศึกษาพบว่า เด็กและเยาวชนไทยที่มีการเปิดรับทางสื่อดิจิทัลได้มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ เนื่องจากมีกิจกรรมที่ใช้สื่อที่มีข่าวสารอย่างรวดเร็วร่วมกับกลุ่มเพื่อน และเพื่อสื่อสารกับกลุ่มที่สนใจในเรื่องศิลปิน K-POP เปิดรับทุกวันเพราะสื่อดิจิทัลเข้าถึงได้สะดวก โดยเด็กและเยาวชนถูกดึงดูดความสนใจจากภาพลักษณ์ รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย เสียงร้อง และผลงานเพลงท่าเต้น จากศิลปินที่มีอายุใกล้เคียงกับกลุ่มของเด็กและเยาวชน จึงทำให้เกิดกระแสนิยมศิลปินเกาหลี ทำให้เด็กและเยาวชนไทยประทับใจ และเสริมความคลั่งไคล้เพิ่มมากขึ้นจึงนำไปสู่ความต้องการใช้สิ่งของที่เหมือนกับศิลปินที่ตนชื่นชอบ สนับสนุนซื้อสินค้าที่ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ เป็นพรีเซ็นเตอร์รวมถึงซื้อสินค้าที่บริษัทผู้ผลิตศิลปิน จัดจำหน่ายจนสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีได้ในปัจจุบัน

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ / กระแสนิยม / การใช้ประโยชน์ / วัฒนธรรมศิลปิน K-POP / สื่อดิจิทัล / สื่อใหม่

¹ ปริญญาโท (น.ศ.ม) นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

Content Exposure Popularity and Utilization by Artists K-POP through Digital Media Affecting Thai Children and Youth

Sudarat Yomrat

ABSTRACT

This research has the aims as to 1) study the content disclosure of K-POP artists, 2) study the trend of popularity of K-POP artists, and 3) study the advantage of digital media in K-POP. Creating content from popular trends of K-pop artists that affect to Thai children and youth. The results had found that children and youth in Thailand are more exposed to digital media than others. Due to there is a rapid media activity with friends. Also they communicate daily with the groups who interested in K-POP artists, as it is easily accessible. Children and youth are attracted by the image, appearance, costumes, vocals and choreography from the artists of the same age group. Therefore, the trend is popular with Korean artists that impress Thai children and youth and support their fanaticism leading to their demand to use, support, present, purchase that lead them to have much more income for the South Korea entertainment industry at the present time.

Keywords: Media Exposure / Current Trends / Media advantage / K-POP Slanted Culture / Media / New media

บทนำ

ในยุคปัจจุบันกระแสนิยมของวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาในประเทศไทย โดยเริ่มจากความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จากการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิง ภาพยนตร์ เห็นได้จากในปี ค.ศ 2009 มีการก่อตั้งสถาบัน ‘The Korea Creative Content Agency’ หรือ ‘KOCCA’ อย่างเป็นทางการ ผ่านการร่วมมือจากหลายองค์กร เพื่อวางแผน บริหารจัดการ และพัฒนาธุรกิจ ด้านวัฒนธรรมเกาหลีครบวงจร โดยการส่งเสริมให้เนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี สอดแทรกลงไปในเรื่องบันเทิง พัชรี บอนคำ (2564) และการส่งออกซีรีส์เกาหลีสอดแทรกวัฒนธรรมการแต่งกาย อาหาร ภาพยนตร์ และวิถีทัศน์ต่าง ๆ เมื่อปี ค.ศ 1998 รัฐบาลเกาหลีได้ประกาศนโยบาย Korea : Culture , Creativity and Content นโยบายวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเนื้อหาของประเทศเกาหลีได้ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรม ด้วยการจัดสรรงบประมาณพัฒนาบุคลากรในวงการภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง การออกแบบ ฯลฯ ปีติ ศรีแสงนาม (2562) จนนำไปสู่การสร้างกระแสนิยมที่ทำให้คนไทยเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลี อย่างเช่น การท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี แฟชั่นการแต่งกาย เครื่องสำอาง ร้านอาหารสไตล์เกาหลี รวมไปถึงการติดตามผลงานของศิลปินเกาหลี หรือที่เรียกว่า ศิลปิน K- POP หรือ Kpop ย่อมาจากเพลงป๊อปเกาหลีน่าจะเป็นการส่งออกที่ใหญ่ที่สุดและมีกำไรมากที่สุดของประเทศ โดดเด่นด้วยความสามารถในการร้องเพลงและการเต้นที่ออกแบบอย่างยอดเยี่ยม เจ จีอูก ฮัน (2563) กระแสนิยมศิลปิน K- POP ทำให้เกิดอุตสาหกรรมบันเทิงสามารถสร้างรายได้มีมูลค่าเป็นอย่างมาก ค่าเพลงมีการผลิตผลงานเพลงที่มีจุดเด่นและความหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มผู้ที่ติดตามศิลปินเกาหลีอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมบันเทิงและวัฒนธรรมเรื่องของ ศิลปิน K-POP ที่เกาหลีส่งผลให้เกิดกระแสนิยม ได้รับการแผ่ขยายความนิยมในประเทศไทยโดยเผยแพร่ในรูปแบบของผลงาน เช่น เพลง ซีรีส์ชุด ภาพยนตร์ รายการวาไรตี้ โดยนำศิลปิน K-POP เข้ามาดึงดูดทำให้เกิดความน่าสนใจ จนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ผ่านการผลิตสื่อที่หลากหลายรูปแบบ ตลอดจนพัฒนาการเผยแพร่ผลงานในรูปแบบของสื่อออนไลน์ จนทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเป็นสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเกาหลีได้อย่างมหาศาล

ดังนั้น ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นความสำคัญเกี่ยวกับ กระแสนิยมของวัยรุ่นไทยที่มีต่อศิลปิน K-POP จึงสนใจที่ต้องการศึกษาเรื่อง การเปิดรับเนื้อหากระแสนิยมและการใช้ประโยชน์จากศิลปิน K-POP ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีผลต่อเด็กและเยาวชนไทย เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติสืบไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นข้อกำหนดพื้นฐานที่สำคัญในเรื่องผลกระทบของสื่อคือ ผู้คนต้องได้รับเนื้อหาสื่อก่อนหากต้องการที่จะโน้มน้าวผู้คนเหล่านั้น ซึ่งสื่อในปัจจุบันนี้มีหลากหลายช่องทาง ผู้รับสารสามารถได้รับสารจากแหล่งต่าง ๆ มากมาย ทำให้การสื่อสารอย่างแม่นยำจึงเป็นเรื่องที่ท้าทายยิ่งขึ้น (Shi & Rebekah, 2020) การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านจิตวิทยา หรือปัจจัยที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวผู้รับสาร ประกอบกับปัจจัยภายนอกในการรับสื่อ ยกตัวอย่างเช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ

ในรูปแบบต่าง ๆ โดยการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ประการแรก พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ และประการต่อมาพฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม โดยพฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) คือ การที่ผู้รับสารตั้งใจรับสารด้วยจุดมุ่งหมายที่จะนำสารไปใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง และพฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อแบบไม่ได้มีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เป็นการเปิดรับเพราะเป็นกิจวัตร ไม่ได้มีความเจาะจงในการรับสารใดสารอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ อภิญา แก้วเปรมกุล (2560) การศึกษาครั้งนี้จะเชื่อมโยงถึงกระบวนการเปิดรับสื่อ ผู้เขียนเลือกใช้หลักการของ Klapper (1960) อังไฉ สุวัฒน์ สงวนงาม, (2557) กล่าวว่า กระบวนการเปิดรับสารของผู้รับสาร มีการขั้นตอนการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน คือ

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ การเปิดโอกาสในการรับสารจากแหล่งต่าง ๆ ที่ตัวผู้รับสารได้ประเมินแล้วว่ามีความสอดคล้องกับความสนใจ หรือความต้องการของตน ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเลือกช่องทางการรับสารของแต่ละบุคคล

2) การเลือกสิ่งที่ให้ความสนใจ (Selective Attention) คือ การเปิดรับสารเฉพาะส่วนที่ตนเองให้ความสนใจโดยเลือกตามความคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้รับสาร โดยมีการหลีกเลี่ยงสารที่มีเนื้อความขัดแย้งกับสารที่ตนให้ความสนใจเพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจในการรับสาร

3) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) คือ ขั้นตอนการตีความหมายของสารที่ได้รับตามความสนใจหรือความต้องการของตน ซึ่งจะมีการตีความที่เหมือนหรือแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเชื่อ ทศคติ ความคาดหวังประสบการณ์ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในกระบวนการนี้ผู้รับสารอาจมีการตีความหมายของสารที่แตกต่างกัน และอาจเกิดความบิดเบือนให้สารทิศทางตรงตามความพอใจของแต่ละบุคคลได้

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ ขั้นตอนหลังการตีความหมายของสารที่ได้รับมาเข้าสู่ขั้นตอนการจดจำสาร ซึ่งโดยปกติบุคคลจะเลือกจดจำสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจหรือความต้องการของตน และมักจะถ่ายทอดในส่วนที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้

ดังนั้น กลุ่มวัยรุ่นหรือเยาวชนสามารถเปิดรับสื่อได้ 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือในรูปแบบสื่อใหม่ และพฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรมโดยผ่านกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกสิ่งที่ให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความ และการเลือกจดจำ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในอนาคตต่อไป

สถิติการใช้สื่อใหม่

จากผลสำรวจพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทยโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (2560) พบว่า เด็กไทยใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ต 35 ชม./ สัปดาห์ สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกถึง 3 ชม. ทำให้เสี่ยงต่อภัยออนไลน์ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ เปิดเผยรายละเอียดของ The 2018 DQ Impact Study ซึ่งถูกจัดทำขึ้นในระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนธันวาคม ปี 2560 จากความร่วมมือกันของ สำนักงานส่งเสริม

เศรษฐกิจดิจิทัลกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ และ DQ institute ประเทศสิงคโปร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของเด็กและเยาวชนไทย จำนวน 1,300 คน ทั่วประเทศผ่านแบบสำรวจออนไลน์ DQ Screen Time Test ชุดเดียวกันกับเด็กประเทศอื่น ๆ รวมกลุ่มตัวอย่างทั่วโลกทั้งสิ้น 37,967 คน โดย WEF Global press release ได้เผยแพร่งานวิจัยระดับโลกในเรื่องพลเมืองดิจิทัลของโลกนี้มีสาระสำคัญว่าเด็กไทยมีโอกาสเสี่ยงภัยจากออนไลน์ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ 56 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านพบว่าฟิลิปปินส์ 73 เปอร์เซ็นต์, อินโดนีเซีย 71 เปอร์เซ็นต์, เวียดนาม 68 เปอร์เซ็นต์, และสิงคโปร์ 54 เปอร์เซ็นต์ การเติบโตที่รวดเร็วของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในมือถือ จึงส่งผลให้ความรวดเร็วของการรับสื่อ จึงทำให้ยากที่เด็กจะคัดกรองหรือแยกแยะเนื้อหาที่สร้างสรรค์และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมออกจากกันได้ จากรายงานดังกล่าวพบว่าเด็กไทยใช้เวลากับหน้าจอทองอินเทอร์เน็ต 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกถึง 3 ชั่วโมง นับว่าเป็นสถิติที่สูง โดยแบ่งเป็นเข้าอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ตโฟนสูงสุด 73 เปอร์เซ็นต์ และรองลงมาคือคอมพิวเตอร์โรงเรียน 48 เปอร์เซ็นต์ จากสถิติต้องยอมรับว่าอินเทอร์เน็ต นำมาซึ่งปัญหาที่กำลังเริ่ม "ใหญ่" มากขึ้น ถึงสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีข้อดีอยู่มากมาย แต่ก็มีหลายข้อที่น่ากังวลเช่นกัน เพราะเด็กที่อยู่กับสื่อมาก ๆ ย่อมไม่ส่งผลดีต่อสติปัญญาและภาวะทางอารมณ์ ญัฐพล นิมมานพัชรินทร์ (2560)

สรุปได้ว่า ด้วยการเติบโตที่รวดเร็วของเทคโนโลยี จึงมีผลให้เกิดความรวดเร็วของการรับสื่อต่อเด็กไทยเมื่อเทียบจากสถิติของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลปี พ.ศ. 2560 ที่ได้สำรวจจากเด็กไทยนับว่าเป็นสถิติที่สูง ทั้งนี้จากสถิติดังกล่าวสื่อใหม่จะมีข้อดีและข้อเสีย เช่น เยาวชนที่อยู่กับสื่อมาก ๆ ไม่ส่งผลดีต่อสติปัญญาและภาวะทางอารมณ์ ข้อดีคือ เปิดกว้างทางข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถทำได้จนก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองและคนอื่นต่อไปในสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New media) ได้เข้ามามีบทบาทมากในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากระบบการสื่อสาร หรือการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ บนเครือข่ายระดับโลกถูกใช้งานมากขึ้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวปต์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial online Service) เป็นต้น ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ไว้แตกต่างกัน ดังนี้

Kevin (1997) อ่างใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก จิตาพร ชนะชัย (2550) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้ 1) ดิจิตอลมีเดีย (Digital media) เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ทีนอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ 3) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุนงานบางอย่าง โดยเน้นการสร้างสรรคนวัตกรรม (Creativity innovation)

Wertime and Fenwick (2008) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ กับการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ 1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ และส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมตามเวลาที่กำหนด 2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from geographical boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล 3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อ หรือปรับขยายขนาด หรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ได้ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะเจาะจงก็ได้ 4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from formats) เนื้อหาแบบดิจิทัล ไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัวเหมือนกับสื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีขนาดครึ่งหน้า หรือเต็มหน้า เป็นต้น แต่บนสื่อดิจิทัล ใช้ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือ แล้วนำลงไปในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ 5) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหา (From marketer-driven to consumer-initiated, created and controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนในอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-created content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online word-of-mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

สรุปได้ว่า สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วและมีรูปแบบที่หลากหลายใหม่กว่าสื่อเดิมที่มีอยู่อย่างสร้างสรรค์และมีเนื้อหา (Content) ในรูปแบบดิจิทัลโดยมีลักษณะสำคัญของเนื้อหาอย่าง “อิสระ 5 ประการ” คือ 1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา 2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน 3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด 4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ 5) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหา

วัฒนธรรมของศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็กและเยาวชนไทย

ในปัจจุบันกระแสความนิยมศิลปิน K-POP ในประเทศไทยมีความนิยมเพิ่มขึ้น โดยมีการติดตามผลงานของศิลปินที่ตนเองสนใจ ให้การสนับสนุนด้วยการฟังเพลง ติดตามผลงานตามรายการวาไรตี้ที่ศิลปินไปเข้าร่วมแสดงผลงาน ผ่านสื่อออนไลน์ หรือการซื้อสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์และให้การสนับสนุนด้วยการเข้าชมคอนเสิร์ต โดยแสดงให้เห็นพฤติกรรมของแฟนคลับที่แสดงออกถึงความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องที่ตนชื่นชอบ กลุ่มแฟนคลับยังมีพฤติกรรมของนักบริโภคของศิลปินนักร้องอีกด้วย ซึ่งพร้อมที่จะใช้จ่ายเงินและใช้เวลาไปกับการซื้อสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ แฟนคลับจะมีการรวมกลุ่มกันของแฟน

คลับเพื่อใช้เป็นช่องทางในการปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยน และแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ร่วมกัน หรือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันของกลุ่ม การสร้างวัฒนธรรมแฟนคลับร่วมกัน ทั้งในรูปแบบของกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ข่าวสารของศิลปินที่กลุ่มแฟนคลับได้รับ ส่งผลให้เกิดทัศนคติของกลุ่มแฟนคลับที่มีต่อศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งทัศนคติเหล่านั้น ล้วนเป็นตัวตัดสินพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับ เป็นความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ อาจเป็นสภาวะจิตใจพร้อมส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ อีกด้วย (Gibson, 2000)

หลังจากที่เพลงเกาหลี เป็นที่รู้จักในนาม เค-ป๊อป (K-Pop) เริ่มนิยม และสร้างฐานแฟนคลับทั่วโลก รัฐบาลเกาหลีจึงได้จัดกิจกรรมเทศกาลเพลงเค-ป๊อป (K-Pop Festival) ขึ้น โดยช่วงแรกจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม และเพลงป๊อปเกาหลี แต่หลังจากนั้นเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์แบรนด์ในประเทศด้วย กิจกรรมในลักษณะนี้เริ่มแรกดำเนินการในประเทศเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น รัฐบาลเน้นการให้ศิลปินบอยแบนด์ หรือเกิร์ลกรุ๊ป นำเสนอความเป็นตัวแทนประเทศ เผยแพร่วัฒนธรรม และประชาสัมพันธ์งานเทศกาลเพลงเค-ป๊อป ซึ่งเล็งเห็นว่า บุคคลดังกล่าวมีอิทธิพลทางความคิด พฤติกรรมต่อผู้ที่ติดตาม และเมื่อประสบความสำเร็จจากการจัดกิจกรรมดังกล่าวภายในประเทศ รัฐบาลเกาหลีจึงได้เริ่มจัดกิจกรรมเกี่ยวกับด้านความบันเทิงไปยังต่างประเทศ โดยเริ่มต้นครั้งแรกจากการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ และการแข่งขัน เค-ป๊อป ณ กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร (Oh, 2011) ในงานนี้ยังมีการเปิดตัวศูนย์ภาพยนตร์เกาหลี เพื่อเป็นศูนย์หลักของภาพยนตร์เกาหลีได้ ในยุโรป และเป็นสถานที่ตั้งของห้องสมุดภาพยนตร์เกาหลีได้

นอกจากนี้ในด้านของสื่อออนไลน์ที่เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่กระแสนิยมเพลงเกาหลีพบว่า ได้รับการตอบรับที่ดีสูงมาก สังเกตได้จากความนิยมในการค้นหาคำว่า K-Pop ผ่านทางเว็บไซต์ Google ที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 10 เท่า เมื่อเทียบระหว่าง ปี ค.ศ.2004 จนถึง ปี ค.ศ.2011 ในขณะที่ยอดการค้นหาคำว่า J - Pop ในช่วงเวลาเดียวกันนั้นลดลงถึง 3 เท่า พบว่า ในปี ค.ศ.2011 มีจำนวนผู้เข้าชมมิวสิกวิดีโอของไอดอลเกาหลีผ่านช่องทาง YouTube สูงถึง 2,300 ล้านครั้ง จากผู้เข้าชมทั้งหมด 235 ประเทศทั่วโลก (Seo Min-soo, 2012) โดยมีสัดส่วนผู้เข้าชมแบ่งตามประเทศต้นทาง

การใช้ประโยชน์สื่อดิจิทัลในการสร้างเนื้อหา และกระแสนิยมของศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็ก และเยาวชนไทยนั้น เมื่อศึกษาจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลทุกภาคส่วน ต้องมีการปรับเปลี่ยนธุรกิจเพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภคจากอุตสาหกรรมบันเทิง ที่มุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ผลงานของศิลปิน โดยบริษัทเพลงเกาหลีได้ปรับมาใช้พลังของอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือเพื่อทำลายกำแพงแห่งระยะทาง และดึงดูดความสนใจจากแฟนคลับ เพลงเกาหลี มิวสิกวิดีโอ คลิปวิดีโอคอนเสิร์ต ที่เกี่ยวกับศิลปินเค-ป๊อป จะถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก และยูทูป อย่างมีอาชีพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท (Oh & Rhee, 2013) นอกจากประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งออกออนไลน์ที่มีราคาถูกลง และรวดเร็ว บริษัทยังอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับกระแสความนิยมในเพลงเกาหลีเป็นปัจจัยในการตัดสินใจ และจำหน่ายอัลบั้มเพลงของศิลปินเคป๊อปอีกด้วย

ปัจจุบันศิลปิน และเพลงเค-ป๊อป อาศัยสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง การติดต่อสื่อสารกับผู้ติดตาม และการเผยแพร่ข่าวสาร รวมไปถึงชีวิตส่วนตัวของศิลปิน ซึ่งตัวอย่างความสำเร็จของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความนิยม และสู่การส่งออก เพลงเค-ป๊อป ที่เห็นได้ชัด คือ กรณีของวงบอยแบนด์ BTS (BangtanSonyeondan) ที่มีชื่อเสียงระดับโลก และมีผู้ติดตามในทวิตเตอร์ ถึง 24.7 ล้านคน (ข้อมูล ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2563) ได้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศเกาหลีใต้ในปี 2018 ถึง 9,480 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (296,000 ล้านบาท) (Park, 2019)



ภาพที่ 1 วง BTS บอยแบนด์เกาหลีชื่อดังระดับโลก

ที่มา : <https://musicstation.kapook.com/view243027.html>

การดำเนินกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับเพลงเกาหลี ได้เผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่ปรากฏชัดเจนเมื่อการจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับเพลงเกาหลีได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก แม้ว่าความสำเร็จในการเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) ยอดขายอัลบั้มจะช่วยขับเคลื่อนกระแสวัฒนธรรมเกาหลี แต่การเน้นไปที่ยอดขายเพลงเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำอะไรให้บริษัทได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น บริษัทเพลงเกาหลีจึงนิยมจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น ทัวร์คอนเสิร์ต งานแฟนมีตติ้ง และการปรากฏตัวของศิลปินทั้งใน และต่างประเทศ มีการผลักดันให้ศิลปินเค-ป๊อป ได้มีโอกาสเปิดตัวในฐานะศิลปินระดับสากลบนเวทีประกาศรางวัลสำคัญระดับโลก อาทิ American Music Award Grammy Music Award และ Billboard Music Award เป็นต้น แน่นนอนว่าแฟนคลับต่างประเทศต้องการที่จะใกล้ชิดกับศิลปินที่ชื่นชอบ ดังนั้น จึงมีการจัดคอนเสิร์ตเค-ป๊อปขึ้นทุก ๆ ปีในหลายประเทศ โดยในระยะแรกกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักอาศัยอยู่ในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย เป็นต้น

การขยายความนิยมของเพลง และกระแสวัฒนธรรมเกาหลีบริษัทเพลงประเทศเกาหลี ได้ตัดสินใจที่จะจัดคอนเสิร์ตรวมศิลปินเค-ป๊อป ขึ้นในภูมิภาคยุโรป และอเมริกา ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง จนทำให้บริษัทสามารถจัดคอนเสิร์ตเดี่ยวของศิลปินเค-ป๊อปได้ในที่สุดงานแฟนมีตติ้ง คือ อีกรูปแบบหนึ่งในการประชาสัมพันธ์เพลง และกระแสวัฒนธรรมเกาหลีของบริษัทเพลงเกาหลี ลักษณะงานจะถูกจัดขึ้นโดยศิลปินกลุ่มเดียว และแฟนคลับต้องซื้อบัตรเพื่อที่จะเข้างานเหมือนการเข้าชมคอนเสิร์ต โดยราคาบัตรจะถูกกว่าบัตรคอนเสิร์ตเนื่องจากรองรับผู้ชมได้น้อย กิจกรรมที่เป็นที่ต้องการของแฟนคลับมากที่สุด ได้แก่ งานปรากฏตัวของศิลปิน งานแจกลายเซ็น และการเข้าร่วมรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น เนื่องจาก งานแจกลายเซ็นจะเปิดโอกาสให้แฟนคลับได้ใกล้ชิดศิลปินครบทุกคน และการเข้าร่วมรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นจะก่อให้เกิดความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมได้ การขยายศูนย์จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับเพลง และวัฒนธรรมการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ถือเป็นอีกบทบาทของบริษัทเพลงเกาหลีในการส่งเสริมกระแสวัฒนธรรมเกาหลี นับตั้งแต่เพลงเค-ป๊อปเติบโตในตลาดต่างประเทศ เหล่าผู้ติดตามต่างชาติต้องการที่จะเข้าถึงเพลง และศิลปินเค-ป๊อปให้มากยิ่งขึ้น บริษัทเพลงเกาหลีจึงพิจารณาที่จะใช้เงินลงทุนเพื่อก่อตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับเพลง และวัฒนธรรมเกาหลีทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมของศิลปิน K-POP เริ่มต้นจาก การเป็นศิลปินฝึกหัด (Debut) ของค่ายเพลงใด ค่ายเพลงหนึ่งโดยผ่านการคัดเลือกจากกระแสของตัวบุคคล จนได้รับความนิยมของฐานแฟนคลับที่มี และเกิดการติดตามรับชมอย่างต่อเนื่องหรือรับรู้ผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์จนตัวศิลปินกลายเป็นกระแส หลังจากนั้นจะผ่านการยอมรับจากฐานแฟนคลับจนกลายเป็นศิลปินที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานเพลง ซีรีส์ ทีวีคอนเสิร์ต จนกลายเป็นบุคคลสาธารณะที่ได้รับการยอมรับระดับประเทศ และมีฐานแฟนคลับอย่างหนาแน่น จนทางค่ายเพลงต้องจัดกิจกรรมสำหรับตัวศิลปินรวมถึงการออกแบบลักษณะเฉพาะของศิลปินจนกลายเป็นที่จดจำของฐานแฟนคลับ เช่น การออกแบบทรงผม การแต่งกาย การแสดงต่าง ๆ จนสามารถสร้างสินค้าลิขสิทธิ์เกี่ยวกับตัวศิลปินและผลงานเพลงได้ เช่น อัลบั้มเพลง วิดีโอ แท่งไฟ และหนังสือภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าทั่วไปในชีวิตประจำวันที่มีความเชื่อมโยงกับศิลปิน เค-ป๊อป เช่น เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์สำนักงาน อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น รวมถึงในปัจจุบันบริษัทเพลงเกาหลีได้พัฒนาร้านค้าออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วให้แก่แฟนคลับสามารถเข้าถึงสินค้าเกี่ยวกับเพลง และวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้น และนำมาซึ่งการซื้อขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

ประโยชน์ของการเปิดรับสื่อวัฒนธรรมของศิลปิน K-POP

แฟนคลับเกิดจากการรวมกลุ่มและติดตามข้อมูลของศิลปินดารานักร้องเกาหลีอย่างสม่ำเสมอโดยเริ่มจากความชอบในรูปลักษณ์ภายนอก แต่มีการพัฒนาไปสู่การติดตามข้อมูลของศิลปินแต่ละคน เช่น ภูมิหลัง หรือเส้นทางในการเข้าสู่วงการเพลงและวงการบันเทิง ทำให้เห็นความพยายามของนักร้องดาราดูแต่ละคนผู้วิจัยยังพบว่า แฟนคลับได้รับแรงบันดาลใจในหลายๆด้าน จากศิลปินดารานักร้องเกาหลี และสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เริ่มจากการเรียนรู้เรื่องความพยายามอดทน เช่น เรื่องการอดทนกันหลายรอบของนักร้องเกาหลี อีกประเด็นหนึ่งที่แฟนคลับเรียนรู้จากขวัญใจคือ การมุ่งมั่นทำตามความฝัน โดยที่เกาหลีนั้นจะตีแผ่ชีวิต

ดารานักร้องก่อนจะมาเป็นคนดังว่าต้องซ้อมหนักแค่ไหนฐานะเป็นอย่างไร ให้เห็นว่าขนาดฐานะไม่ดีแต่ดารานักร้องหลายคนใช้ชีวิตและถึบตัวเองขึ้นมาสู่การเป็นดารานักร้องที่มีชื่อเสียงได้อย่างไร มุมนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับแฟนคลับได้ดี บางคนก็พยายามฝึกฝนอย่างที่ไม่ยอมแพ้เหมือนกับที่ Xiah ฝึกฝนมาตั้งแต่อายุ 12 และที่ได้รับความนิยมอย่างมากคือลีลาการเต้นของ U-know ที่ทำให้วัยรุ่นไทยหลายคนสนใจเรียนเต้นกันอย่างมากมาย จนทำให้เกิดวงเลียนแบบท่าเต้น ที่เรียนว่าวง Dance Cover หลายต่อหลายวง ทำให้บางครั้งมีการจัดแข่งขันเกิดขึ้นเพื่อชิงเงินรางวัลกันเลยทีเดียว นับว่าเป็นสิ่งที่ดีสำหรับวัยรุ่นที่ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ พีรภา สุวรรณโชติ. (2551)

ผลกระทบเชิงบวกได้แก่ ด้านการศึกษา (การเรียน) คือ ผลการเรียนรู้ของวัยรุ่นจังหวัดเชียงใหม่ดีขึ้น สามารถสื่อสารภาษาเกาหลีและมีสมาธิความจำดีขึ้น ด้านเศรษฐกิจ (การใช้จ่าย) คือ มีเงินเก็บออมมากขึ้นและรู้จักการทำงานเพื่อหารายได้เสริม ด้านสังคม (การเข้ากลุ่ม) คือ มีเพื่อนกลุ่มใหม่ รู้จักการทำงานเป็นทีมและกล้าแสดงออก และด้านวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) คือ การเลียนแบบความอดทน ความมุ่งมั่น ความมีระเบียบมาปรับใช้ในการดำรงชีวิตของตนเอง ในส่วนของผลกระทบเชิงลบพบว่า ด้านการศึกษา (การเรียน) คือ การให้ความสำคัญกับการเรียนน้อยลงจนเกรดเฉลี่ยลดลง และการพูดเขียนภาษาไทยผิด ด้านเศรษฐกิจ (การใช้จ่าย) คือ เงินไม่พอใช้และครอบครัวมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น ด้าน สังคม (การเข้ากลุ่ม) คือ การใช้เวลากับครอบครัวน้อยลง ความก้าวร้าวกับผู้ปกครอง การรวมกลุ่มมั่วสุม และการดูถูกจากสังคม และด้านวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) คือ การแต่งตัวไม่มีกาลเทศะ ปลูกฝังค่านิยมความ สวยความหล่อ การเห็นห่างจากสถาบันครอบครัว และแนวเพลงไทยถูกเกาหลีกลืน ณิชฎา มานะชัยมงคล (2564)

สรุปคือ ประโยชน์ของการเปิดรับสื่อหรือติดตามกระแสของศิลปิน K-POP เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดแรงบันดาลใจเรื่องการดูแลสุขภาพ ด้านบุคลิกภาพการวางตัวในสังคม มีความอดทนที่จะเข้าร่วมคัดเลือกเพื่อเป็นศิลปิน กล้าแสดงออก สร้างอาชีพใหม่ ๆ สำหรับคนรุ่นใหม่ที่จะเกิดขึ้นในสังคมในกลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบสินค้าและบริการกับตัวศิลปิน K-POP

ผลการศึกษา

จากการศึกษาผู้เขียนสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ การศึกษาการเปิดรับเนื้อหาวัฒนธรรมศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็ก และเยาวชนไทย พบว่า เด็กและเยาวชนไทยที่มีการเปิดรับทางสื่อดิจิทัลได้มากกว่ากลุ่มอายุอื่น เนื่องจากมีกิจกรรมที่ใช้ร่วมกับกลุ่มเพื่อน และเพื่อสื่อสารกับกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางการในการติดต่อสื่อสารหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษฎาพร อินตะพันธ์ (2555) ผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารนักร้องเกาหลีจากการท่องอินเทอร์เน็ตของนักเรียนวัยรุ่นอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนวัยรุ่นอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ เปิดรับข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด อาจเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการอัปเดตข่าวสารอย่างรวดเร็ว และข่าวสารนักร้องเกาหลีจะผ่านมาจากอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นมิวสิควิดีโอใหม่ ๆ ผ่านเว็บไซต์ YouTube ข่าวสารความเคลื่อนไหวผ่าน Social Network เช่น Facebook, Twitter ทำให้การเข้าถึงง่ายกว่า

สื่ออื่น ๆ จึงเลือกสื่อชนิดนี้ในการเปิดรับข่าวสารของนักร้องเกาหลี โดยเปิดรับทุกวันใน ช่วงเวลา 20.01 น. - 24.00 น. โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงจากที่พักอาศัย และเป็นที่ยอมรับจึงกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องเล่นอย่างน้อย ทุกวันนักเรียนวัยรุ่นอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะเล่นหลังจากเลิกเรียนพิเศษ และกลับถึงบ้าน เนื้อหาที่เปิดรับมากที่สุด คือ มิวสิควิดีโอเพลง

ผลการศึกษาประเด็นที่สองในเรื่องของกระแสนิยมของศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็ก และเยาวชนไทย พบว่า ปัจจัยของเกิดกระแสนิยมของศิลปิน K-POP คือภาพลักษณ์ของศิลปินที่ถูกค่ายต้นสังกัดได้วางโครงสร้างในการเผยแพร่ไปตามสื่อดิจิทัลต่าง ๆ ให้มีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งหน้า การจัดแต่งทรงผม รวมถึงเครื่องแต่งกายให้ดูทันสมัย อยู่ในกระแสตลอดเวลา ตลอดจนการคัดเลือกศิลปินที่มาจากวัยใกล้เคียงกับผู้ชม และผู้ที่ติดตามผลงานเพลง โดยผลงานเพลงที่ออกมานั้นจะเน้นความสนุกสนาน ประกอบกับการสร้างตัวตนด้วยมุมมองหนึ่งที่มีผลต่อเด็ก และเยาวชนไทย คือ “การเลียนแบบ” ทั้งในเรื่องของรูปลักษณ์บนใบหน้า การแต่งหน้า ทรงผม การแต่งกาย หรืออีกนัยยะหนึ่งในรูปแบบกิจกรรมที่วัยรุ่นสมัยใหม่นิยม คือ วิธีของการสร้างสรรค์การแต่งกายแบบคอสเพลย์ ซึ่งมีทั้งในส่วนการคอสเพลย์จากศิลปินในบทบาท ต่าง ๆ และอิทธิพลจากภาพลักษณ์ของตัวละครในการ์ตูน นอกจากนี้ยังเกิดปรากฏการณ์การเลียนแบบเชิงวิถีชีวิต ความทันสมัยที่ปรากฏผ่านรูปลักษณ์ร่วมกับบุคลิกลักษณะ และการแต่งกาย การแสดงออกทางด้านความสามารถพิเศษต่าง ๆ อาทิ การสื่อสารด้วยภาษาเกาหลีด้วยถ้อยคำที่คุ้นเคย การเรียนรู้ภาษาเกาหลี การใช้ວິຈະນະภาษาท่าทาง ที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปินผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ หรือการเดิน COVER เป็นต้น รินบุญ นุชน้อมบุญ (2563)

คลังไคล์ศิลปินนักร้องเกาหลีต่อกลุ่มวัยรุ่นไทย แบ่งออกเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ได้แก่ พฤติกรรมการค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินนักร้องเกาหลี ที่ตนเองชื่นชอบตามช่องทางทวิตเตอร์ (twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งศิลปินจะใช้สื่อดังกล่าว เพื่อโพสต์ภาพ ข้อความ และวิดีโอ เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับรับรู้ถึงความเคลื่อนไหว ไม่ว่าจะเป็นการไลฟ์สด (Live) ผ่าน Instagram การเข้ามาทักทายแฟนคลับ หรือการทวิตข้อความ ผ่าน Twitter วรณัฐ ต้นติวิตตพงศ์ (2551)

ผลการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลในการสร้างเนื้อหา และกระแสนิยมของศิลปิน K-POP ที่มีผลต่อเด็ก และเยาวชนไทย หลังจากของบริษัทผู้ผลิตศิลปินสามารถสร้างผลงานที่ก่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้ติดตาม เสริมความคลั่งไคล้มากขึ้น จากกิจกรรมบนสื่อดิจิทัลทำให้ศิลปิน K-POP สื่อสารอย่างใกล้ชิดกับแฟนคลับแล้ว ผ่านการพูดคุยโต้ตอบกับผู้ติดตาม การเล่นเกม หรือแม้กระทั่งฝึกการใช้ภาษาเดียวกันกับผู้ติดตาม โดยใช้ประโยคคำพูดที่สร้างความประทับใจ ประโยคที่ตอบสนอง ต่อความรู้สึกให้ผู้ติดตามรู้สึกเป็นกันเอง กระตุ้นความต้องการเลียนแบบศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ต้องการสิ่งของที่คล้ายคลึงกับศิลปินที่ชื่นชอบ หรือให้การสนับสนุนซื้อสินค้าที่ศิลปินเป็นพรีเซ็นเตอร์ รวมไปถึงซื้อสินค้าที่บริษัทผู้ผลิตศิลปินจัดจำหน่าย สอดคล้องกับ ชลนิภา รุ่งเรืองศรี และจารุณี มุมบ้านเช่า (2562) กล่าวว่า กระแสการชื่นชอบศิลปินเคป็อป (K-POP) เกาหลีในประเทศไทย มีพฤติกรรมหนึ่งหลังจากได้เริ่มชื่นชอบ การติดตาม หรือสนับสนุนศิลปินที่ตนเองชื่นชอบแล้ว คือการซื้อของสะสมต่าง ๆ การไปชมคอนเสิร์ตของศิลปิน รวมไปถึง การฝึกฝนเรียนภาษาเกาหลี เพื่อที่จะใช้สื่อสารกับศิลปิน และสิ่งที่ทำให้กระแสการชื่นชอบศิลปินเกาหลียังคงอยู่ในไทย ซึ่งค่ายเพลงได้สร้าง

คุณค่าให้ศิลปิน ทำให้ศิลปินแสดงศักยภาพออกมา รวมไปถึงการให้ศิลปินสร้างความผูกพันกับแฟนคลับ ปลุกกระแสต่อวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี การชื่นชอบเป็นเรื่องของความพึงพอใจในการฟัง การรับชม ซึ่งตัวอย่างความสำเร็จของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความนิยม และส่งออก เพลง K-POP เห็นได้จากกรณีศึกษาจากวงบอยแบนด์ BTS (BangtanSonyeondan) ที่มีชื่อเสียงระดับโลก และมีผู้ติดตามในทวิตเตอร์ถึง 24.7 ล้านคน (ข้อมูล ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2563) ได้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศเกาหลีใต้ ในปี 2018 สูงถึง 9,480 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (296,000 ล้านบาท) (Park, 2019) สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลผ่านการสร้างเนื้อหา และการปลุกกระแสนิยมของศิลปินได้ในอนาคต

สรุปได้ดังนี้ เด็กและเยาวชนไทยที่มีการเปิดรับทางสื่อดิจิทัลได้มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ เนื่องจากมีกิจกรรมที่ใช้สื่อที่มีการอัปเดตข่าวสารอย่างรวดเร็วในกลุ่มเพื่อนที่ตนเองสนใจเกี่ยวกับศิลปิน K-POP เปิดรับข่าวสารได้ทุกวันผ่านสื่อดิจิทัล โดยเด็กและเยาวชนถูกดึงดูดด้วยภาพลักษณ์ รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย เสียงร้อง และผลงานเพลง ทำเด่น ที่น่าสนใจ จากศิลปินจึงทำให้เกิดกระแสนิยมศิลปินเกาหลี เกิดความประทับใจ สร้างแรงบันดาลใจ เสริมความคลั่งไคล้ให้เพิ่มมากขึ้นประเทศไทย นำไปสู่ความต้องการใช้สิ่งของที่เหมือนกับศิลปินที่ชื่นชอบ สะท้อนการสร้างวัฒนธรรมศิลปิน K-POP ด้วยตัวตนผ่านสื่อดิจิทัล เอกลักษณ์แต่ละบุคคล บุคลิกภาพเครื่องแต่งกายในบริบทวัฒนธรรมใหม่ กับกระแสนิยม (Popular Culture) ศิลปินนักร้องเกาหลีเป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอทางด้านหน้าตา การเต้น หรือการแต่งกาย เพื่อนำไปสู่การทำรายได้ให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีอย่างเห็นได้ในปัจจุบัน หรือสนับสนุนซื้อสินค้าที่ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบเป็นฟรีเซ็นเตอร์ รวมไปถึงซื้อสินค้าที่บริษัทผู้ผลิตศิลปินจัดจำหน่ายจนสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

- ชลิตา บุญญา. (2557). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐฐา มานะชัยมงคล. (2564). อิทธิพลของการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ไอเดอลเกาหลีในการทำการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการในประเทศไทย. **วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB), 7 (3)**, กันยายน - ธันวาคม 2564 หน้า 36.
- พัชรี บอนคำ. (2564). การมาของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลีใต้. [Online]. Available: <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>.
- เจ จีอูก ฮัน. (2563). ประวัติความเป็นมาของ K-pop ตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน. [Online]. Available: <https://shorturl.asia/y5b4C>.
- นันทิพา บุชปวรรณ และนาวัน วงศ์สมบุญ. (2563). **ความสำเร็จในการเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave)**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- รินบุญ นุชน้อมบุญ. (2563). ปรากฏการณ์ไอเดอลในประเทศไทย : การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์กับเครื่องแต่งกายสู่การประกอบสร้างตัวตนในสื่อใหม่. **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม**.
- ชลธิภา รุ่งเรืองศรี และจารุณี มุมบ้านเช่า. (2562). **กระแสการขึ้นชอปปิงคิลปินเคป๊อป (K-POP) เกาหลีในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ปิติ ศรีแสงนาม. (2562). **บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Online]. Available: <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>.
- ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์. (2560). **กองบรรณาธิการวอยซ์ออนไลน์**. [Online]. Available: <https://voicetv.co.th/read/Sy22rxL9G>.
- อภิญา แก้วเปรมกุล. (2560). **การเปิดรับสื่อ การรับรู้ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชนกานต์ รักชาติ พัทณี เขยจรยา. (2559). **วิธีการสื่อสารและการดำรงอยู่ของกลุ่มแฟนคลับคิลปินนักร้องกลุ่มจากประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พีรภา สุวรรณโชติ. (2551). **การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้คุณค่าทางบวกจากคิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร



ณิชารีย์ ชาโสรัส¹

ภาคงานวิจัย

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร เก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผ้าทอตีนจกบ้านเริงกะพง จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพงที่พัฒนาขึ้นมี 2 ลาย ได้แก่ “ลายกำแพงศิลา” และ “ลายรวงทองปางศิลา” ซึ่งลายผ้าทอทั้ง 2 ลาย มีที่มาดังนี้ “ลายกำแพงศิลา” เป็นลวดลายที่ทอขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เป็นลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งได้แรงบันดาลใจในการสร้างลายผ้าทอมาจากการที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองเก่า มีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก ซึ่งโบราณสถานส่วนใหญ่ในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรสร้างมาจากศิลาแลง ส่วน “ลายรวงทองปางศิลา” นั้น เป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปางศิลาทองซึ่งเป็นที่ตั้งของบ้านเริงกะพง โดย คำว่า “รวงทอง” มาจากการที่ประชาชนชาวปางศิลาทองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดยเฉพาะการปลูกข้าว ส่วนคำว่า “ปางศิลา” มาจากชื่ออำเภอปางศิลาทอง

คำสำคัญ: การพัฒนา/ ผ้าทอพื้นเมือง/ ลายผ้าทอพื้นเมือง

¹ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายทอมือโบราณตีนจก บ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร

The Development of Local Weaving Patterns at Ban Roengkrapong, Hin Dat Subdistrict, Pang Sila Thong District, Kamphaeng Phet Province

ABSTRACT

The objective of research was to develop a local weaving pattern at Ban Rueng Krapong, Hin Dat Sub-district, Pang Sila Thong District, Kamphaeng Phet Province. The data were collected from 7 members of the Tin Jok Cloth Group of Ban Ruengkrapong. The instrument was a focus group discussion. The data analyzing used the content analysis. The results had found that were 2 designs of Ban Ruengkrapong native weaving fabrics, namely "Kamphaeng Sila Pattern" and "Ruang Thong Pang Sila Pattern". "Pattern Kamphaeng Sila" is a newly woven pattern. To make a unique woven fabric pattern in Kamphaeng Phet Province. It was inspired the creating pattern from Kamphaeng Phet Province as the old Historical City which is an important tourist attraction and has been regarded as a world heritage site. Most of the ancient sites in Kamphaeng Phet Historical Park are made of laterite, while the "Ruang Thong Pang Sila" pattern is a unique pattern of Pang Sila Thong District, where Ban Rueng Krapong is located. The word "Ruang Thong" comes from most of the people of Pang Sila Thong are engaged in agriculture, especially rice planting. The word "Pang Sila" comes from the name of Pang Sila Thong District.

Keywords: Development / local woven cloth / local weaving patterns

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจฐานราก เป็นแหล่งรายได้หลักและรายได้เสริมที่ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และทำให้ภูมิปัญญาชาวบ้านได้รับการสืบทอด ต่อยอดไปพร้อม ๆ กับการเผยแพร่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นถูกสร้างขึ้นด้วยการนำวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น มาประดิษฐ์เพื่อใช้งานในครัวเรือน เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ ตลอดจนเป็นเครื่องบูชาทางศาสนา ปัจจุบันชุมชนท้องถิ่นได้มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งสินค้าหัตถกรรมอาจจะอยู่ในรูปแบบของเครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องหิน เครื่องกระดาษ เครื่องโลหะ และการทอผ้า เป็นต้น โดยการผลิตสินค้าหัตถกรรมของชุมชนนั้น เริ่มต้นด้วยการผลิตใช้เองในครัวเรือนผลิตเพื่อจำหน่าย ไปสู่การผลิตเพื่อส่งออก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นเป็นสินค้าที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่ถูกนำมาใช้ในการมูลค่าเพิ่มและจำหน่ายในราคาสูง เช่น ผ้าทอจากชุมชนหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ, กลุ่มทอผ้าอ้อมครามบ้านคำประมง จังหวัดสกลนคร, ผ้าบาติก ซาโลมา ปาเต๊ะ อำเภอสู่โขง-ลก จังหวัดนราธิวาส และย่านลิเภาจากแหล่งผลิตชุมชนย่านลิเภา จังหวัดนครศรีธรรมราช กระเป่าสานจากกกจันทบุรี ผ้าทอไทยทรงดำ จังหวัดนครปฐม ผ้าบาติก จังหวัดปัตตานี และ เครื่องเงิน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2564)

การทอผ้าเป็นศิลปะเก่าแก่ที่มนุษย์รู้จักกันมานาน การทอผ้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงถึงผลงานทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดสืบสานต่อกันมาช้านานในสังคมไทย ในอดีตการทอผ้ามีอยู่เกือบทุกครัวเรือนในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไว้ใช้ในครัวเรือนและที่เหลือใช้แลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน แต่ต่อมาวัตถุประสงค์ของการทอได้เปลี่ยนไปเป็นเพื่อสร้างอาชีพให้กับครัวเรือนและชุมชน (นวลแข ปาลิวนิช, 2542, หน้า 204) ผ้าทอที่ดำเนินการทอโดยชาวบ้าน หรือ กลุ่มชาวบ้าน ด้วยวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ในชุมชน และด้วยเครื่องมือการทอแบบดั้งเดิมนั้น จัดเป็นหนึ่งใน ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผ้าทอในแต่ละพื้นที่ต่างมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีลวดลายผ้าที่แตกต่างกันออกไป เช่น จังหวัดน่าน มีผ้าน้ำไหล จังหวัดมุกดาหาร มี ผ้าลายแก้วมุกดา จังหวัดมหาสารคาม มีผ้าลายสร้อยดอกหมาก จังหวัดชัยภูมิมียผ้าลายxonารี เป็นต้น ซึ่งการทำให้ ผ้าทอเกิดคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นจึงมีความสำคัญมากเพราะนอกจากเป็นการอนุรักษ์ให้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นยังคงอยู่กับชุมชนแล้ว ยังเป็นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาพัฒนาและต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งอาจเป็นรายได้เสริมหรือรายได้หลักในภายหลังได้ (สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และคณะ, 2560, หน้า 1) โดยการนำผ้าทอมาสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น อาจจะอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือการพัฒนาลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนก็ได้

บ้านเริงกะพง เป็นหมู่บ้านหนึ่งในตำบลหินดาด อำเภอบางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร ที่มีการทอผ้าเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมจำนวนมากถึง 219 ครัวเรือน และได้มีการพัฒนากลุ่มทอผ้าขึ้นชื่อว่า กลุ่มทอผ้าตีนจกโบราณบ้านเริงกะพง เป็นกลุ่มทอผ้าที่ทำการทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายจำหน่ายให้กับผู้สนใจทั่วไป มี

สมาชิกกลุ่มจำนวน 7 คน ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าบ้านเริงกะพงได้มีผู้ประกอบการที่จำหน่ายผ้าทอพื้นเมืองว่าจ้างให้ทอผ้าพื้นเมืองลายที่จำหน่ายได้ดี เนื่องจากกลุ่มทอผ้าบ้านเริงกะพงไม่มีลายผ้าทอพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ส่งผลให้ต้องทอลายผ้าตามที่ผู้ว่าจ้างให้ทอ ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถตั้งราคาขายผ้าทอพื้นเมืองตามที่ตนเองต้องการได้ ดังนั้น กลุ่มผ้าทอบ้านเริงกะพงจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนขึ้น และเพื่อที่จะสามารถนำผ้าทอที่พัฒนาลายขึ้นใหม่มาสร้างงานสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผ้าทอบ้านเริงกะพงได้เพิ่มขึ้น จากความสำคัญดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อให้กลุ่มผ้าทอบ้านเริงกะพงมีลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร อนึ่งนอกจากนี้ลายผ้าทอที่พัฒนาขึ้นนั้น กลุ่มยังสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่กลุ่มพึงพอใจ และเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผ้าทอที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

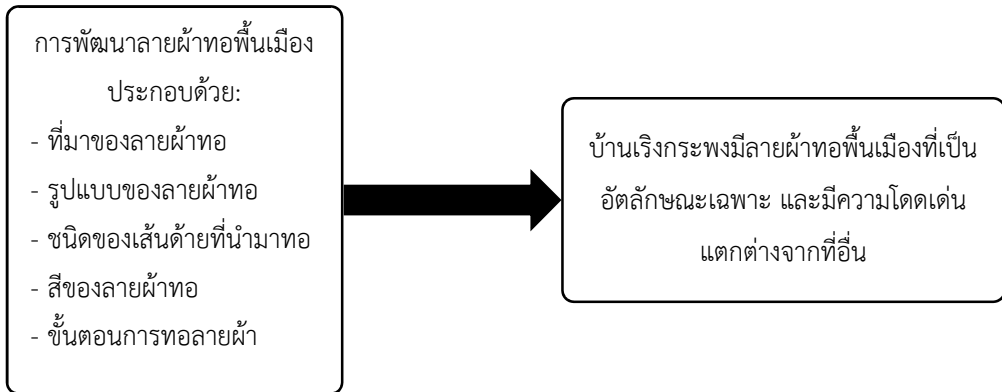
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับผ้าทอพื้นเมือง โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ผ้าทอพื้นเมือง การทอผ้าพื้นเมืองเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่งในท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน ซึ่งในสมัยอดีตนั้น แขนงทุกครัวเรือนจะมีการทอผ้า เนื่องจากผ้าเป็น สิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในแต่ละวัน ทั้งนำมาตัดหรือทำเป็นเสื้อผ้า กางเกง กระโปรง ผ้าซิ่น เป็นต้น โดยลักษณะของผ้าทอพื้นเมือง มีดังนี้ 1) ผ้าฝ้ายสีพื้นเมือง ได้จากการทอผ้าฝ้ายเส้นเล็ก เนื้อแน่นละเอียด ทอด้วยลายขัดสานแบบธรรมดา นิยมนำไปทำผ้าถุง ผ้าซิ่น ตัดเสื้อ กระโปรง เป็นต้น 2) ผ้ามัดหมี่ลายน้ำไหล ทอจากฝ้ายเส้นเล็ก ทอเป็นสีพื้นสลับลายมัดหมี่ เนื้อผ้าแน่นละเอียด นิยมนำไปตัดเสื้อผ้า 3) ผ้าฝ้ายลายเปลือกไม้ ได้จากการทอฝ้ายดิบเส้นใหญ่และหนา เนื้อผ้าหนา ผิวผ้าเรียบสม่ำเสมอ นิยมนำไปทำเบาะ ผ้าม่าน หมอน ตัดชุดสูท เป็นต้น และ 4) ผ้าไหมประดิษฐ์ วัตถุประสงค์ได้จากเปลือกไหม ผ้ามีความบางกว่าผ้าฝ้ายลายเปลือกไม้ เนื้อผ้าที่ได้แน่นละเอียดมีความสม่ำเสมอ นิยมนำไปทำผ้าถุง ผ้าซิ่น เป็นต้น (กมลภัทร์ รักสวน, 2543, หน้า 44-46) ในการทอผ้านั้น มีโครงสร้างของผ้าที่ถือว่าเป็นแม่แบบของผ้าทอ 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) โครงสร้างแบบลายขัด เป็นโครงสร้างที่ง่ายที่สุด 2) โครงสร้างแบบลายทแยงหรือลายสอง เป็นผ้าที่ใช้ได้ทนที่สุด มีลักษณะเด่นชัด และ 3) โครงสร้างแบบต่วน เป็นโครงสร้างที่ดัดแปลงมาจากโครงสร้างลายสอง (อัจฉราพร ไสละสุด, 2539, หน้า 329-334) วัตถุประสงค์ที่นิยมนำมาใช้ทอผ้า ได้แก่ ไหม ฝ้าย และขนสัตว์

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มผ้าทอตีนจกบ้านเริงกระพง ตำบลหินตาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 7 คน โดยใช้สมาชิกกลุ่มทอผ้าทุกคนเป็นกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ การสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกระพง โดยมีประเด็นที่นำมาสนทนากลุ่ม ดังนี้ ที่มาของลายผ้าทอ รูปแบบของลายผ้าทอ ชนิดของเส้นด้ายที่นำมาทอผ้า สีของลายผ้าทอ และขั้นตอนการทอลายผ้า

การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมือง
2. กำหนดประเด็นที่จะใช้ในการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมือง

บ้านเริงกระพง

3. ส่งประเด็นการสนทนากลุ่มให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ด้านการทอผ้าพื้นเมือง จำนวน 3 ท่าน พิจารณาประเด็นการสนทนากลุ่มที่ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาและให้ข้อเสนอแนะ
4. ปรับปรุงแก้ไขประเด็นการสนทนากลุ่มตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
5. นำประเด็นการสนทนากลุ่มไปใช้ในการสนทนากลุ่มเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับประธานและสมาชิกกลุ่มผ้าทอตีนจกบ้านเริงกระพง เพื่อชี้แจง วัตถุประสงค์ และเวลา สถานที่ ในการจัดสนทนากลุ่ม
2. ดำเนินการจัดสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มผ้าทอตีนจกบ้านเริงกระพง จำนวน 1 ครั้ง โดยจัดในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 09.00-11.00 น. ณ บ้านประธานกลุ่มผ้าทอตีนจก พร้อมจดบันทึกข้อมูลการสนทนากลุ่ม
3. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลและเขียนรายงานวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

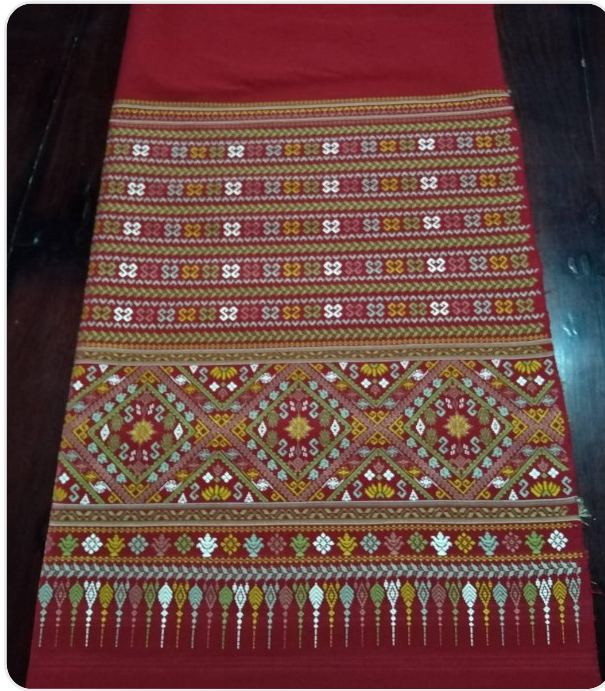
จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกระพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามประเด็น ดังนี้

ที่มาของลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกระพง

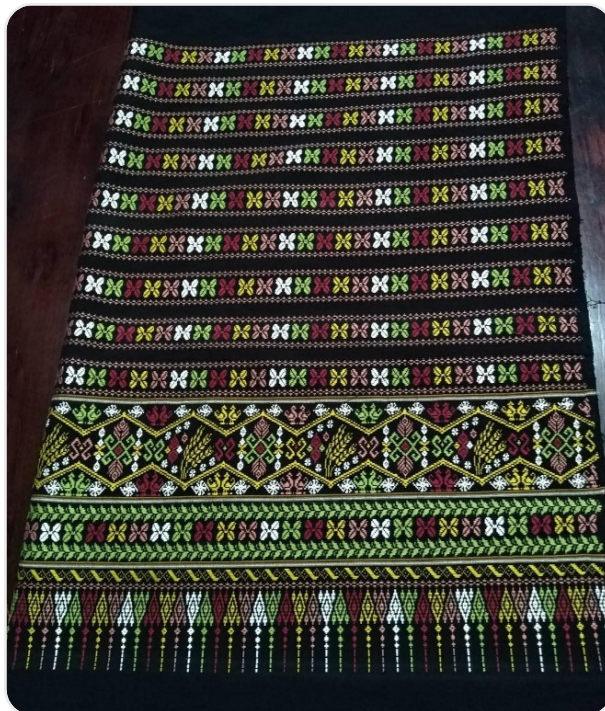
พบว่า สมาชิกกลุ่มได้ร่วมกันพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกระพงขึ้น จำนวน 2 ลาย คือ “ลายกำแพงศิลา” และ “ลายรวงทองปางศิลา” มีที่มาดังนี้ “ลายกำแพงศิลา” เป็นลวดลายที่ทอขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เป็นลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งได้แรงบันดาลใจในการสร้างลายผ้าทอกำแพงศิลา มาจากการที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองเก่า มีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก ซึ่งโบราณสถานส่วนใหญ่ในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรสร้างมาจากศิลาแลง ส่วน “ลายรวงทองปางศิลา” นั้น เป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปางศิลาทองซึ่งเป็นที่ตั้งของบ้านเริงกระพง ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากอำเภอปางศิลาทอง โดยกลุ่มต้องการให้อาเภอที่หมู่บ้านตั้งอยู่นั้น มีลายผ้าทอเฉพาะของอำเภอจึงร่วมกันคิดลายผ้าทอ “รวงทองปางศิลา” ขึ้น ให้เป็นลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ประจำอำเภอปางศิลาทอง อนึ่งนอกจากนี้ คำว่า “รวงทอง” มาจากการที่ประชาชนชาวปางศิลาทองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดยเฉพาะการปลูกข้าว

รูปแบบของลายผ้าทอ

รูปแบบของลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกระพง ทั้ง 2 ลาย คือ ลายกำแพงศิลา และ ลายรวงทองปางศิลา แสดงในภาพที่ 1 และ 2



ภาพที่ 1 ลายผ้าทอพื้นเมือง “ลายกำแพงศิลา”



ภาพที่ 2 ลายผ้าทอพื้นเมือง “ลายรวงทองปางศิลา”

ชนิดของเส้นด้ายที่นำมาทอผ้า

เส้นด้ายที่นำมาใช้ในการทอผ้าพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ทั้ง 2 ลาย คือ ฝ้าย ซึ่งชาวบ้านปลูกในหมู่บ้าน นำมาปั่นให้เป็นเส้นด้ายและนำไปทอผ้าพื้นเมืองต่อไป

สีของลายผ้าทอ

สีที่นำมาใช้ในการย้อมเส้นด้ายที่จะนำมาทอผ้าพื้นเมืองของบ้านเริงกะพงนั้น ส่วนใหญ่เป็นสีเคมี มีบางสีที่ได้มาจากสีธรรมชาติ เช่น เปลือกขนุน เป็นต้น



ภาพที่ 3 สีเคมีที่ใช้ในการทอผ้าพื้นเมือง

กระบวนการทอลายผ้า

การทอลายผ้าพื้นเมืองของกลุ่มผ้าทอตีนจกบ้านเริงกะพง มีกระบวนการทอลายผ้าทั้ง 2 ลาย ดังนี้ เตรียมเส้นด้ายที่จะใช้ในการทอผ้าทั้ง 2 ลาย และจัดการจัดวางเส้นด้ายใส่ไม้ไว้เป็นลายต้นแบบจนครบตามแบบตารางลาย ดังภาพแสดงที่ 4-5



ภาพที่ 4 การเก็บสายไหมไว้เป็นลายต้นแบบจนครบตามแบบตารางลาย



ภาพที่ 5 การจกสายผ้าทอ

การจกลายผ้าทอ เป็นเทคนิคการทอผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ทำได้โดยการเอาไม้ลายต้นแบบที่ทำไว้ในรูปภาพที่ 4 ยกขึ้นแล้วเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษสอดขึ้นลง วิธีการคือ ใช้ไม้ หรือนิ้ว สอดเส้นด้ายยืนขึ้น แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งพิเศษเข้าไป ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นลวดลาย โดยการจกเกาะสีตามลายที่ยกขึ้นจากขวาไปซ้าย จนหมดลายยก แล้วล่องเส้นด้ายพุ่งขัดไว้ แล้วจกกลับจากซ้ายมาขวาจนครบเส้นยก แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งขัดไว้ ทำแบบนี้จนครบทุกไม้ที่เก็บลาย จะออกมาเป็นลายผ้าทอ 1 ลาย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า บ้านเริงกะพงมีลายผ้าทอพื้นเมืองจำนวน 2 ลาย คือ “ลายกำแพงศิลา” และ “ลายรวงทองปางศิลา” ซึ่งเป็นลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดกำแพงเพชร และอำเภอปางศิลาทอง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วรจนา จันทราสาและคณะ (2553) ทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงเพื่อประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่ บาดิก เพื่อพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า เอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียง ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์บ้านเชียงได้ ชัดเจนมากที่สุด คือ ลวดลายขดกันหอยของบ้านเชียง สอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ ประจัญศานต์ (2555) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบลายผ้าทอพื้นบ้านจากต้นแบบลวดลายเรขาคณิต 2 มิติจากลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมในจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ลายมัดหมี่มีความแปลกตา ลวดลายมัดหมี่ในภาพรวมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพจน์ สุทธิศักดิ์ (2560) ทำการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาผ้าทอลายทวารวดีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนในจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาผ้าทอลายเดียวให้มีเป็นลายใหม่เกิดขึ้นของกลุ่มทอผ้าบ้านภู ผักไผ่มา 2 ลาย คือ ลายดอกผักแว่น และลายหอยปราสาท เพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายภูผาไชย เป็นลวดลายที่พัฒนามาจากลายหอยปราสาท ลายดอกผักไผ่ ได้พัฒนามาจากลาย ดอกผักแว่น เป็นลวดลายที่ทางกลุ่มทอผ้ามีความถนัด และลายผักแว่นเป็นลายเก่าที่เลียนแบบลักษณะของดอกไม้ไม่มีแปดกลีบ ผักไผ่นั้นความเชื่อของชาวบ้านเชื่อว่าถ้าใครสามารถมัดลายได้ก็จะเป็นคนที่มีความสามัคคีมีความเอื้อเฟื้อมีความประณีตละเอียดอ่อนตาม และมีความเจริญก้าวหน้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย การพัฒนาลายผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ตำบลหินดาด อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ได้พัฒนาผ้าทอลายใหม่ จำนวน 2 ลาย ได้แก่ ลายกำแพงศิลา และ ลายรวงทองปางศิลา ซึ่งกลายเป็นผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร และอำเภอปางศิลาทอง ซึ่งยังไม่มีที่ใดทอผ้าลายนี้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัด

กำแพงเพชร พัฒนาชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร เป็นต้น ควรให้การสนับสนุนผ้าทอ และประชาสัมพันธ์ลายผ้าทอดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ซึ่งสามารถซื้อผ้าทอทั้ง 2 ลาย ไปเป็นของฝากและของที่ระลึกของจังหวัดกำแพงเพชร อนึ่งนอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้เพิ่มให้กับกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพงอีกด้วย

2. สมาชิกกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านเริงกะพง ควรนำลายผ้าทอทั้ง 2 ลายไปจดสิทธิบัตรหรือทรัพย์สินทางปัญญา โดยอาจจะขอคำแนะนำหรือความช่วยเหลือในการจดสิทธิบัตรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาในจังหวัดเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2564). ยกระดับผลผลิตจากชุมชนสู่ผลงานดีไซน์สุดล้ำ.

[Online]. Available: <https://www.brandbuffet.in.th> [2564, ธันวาคม 25].

กมลภัทร์ รักสวน. (2543). การออกแบบเสื้อผ้าสตรีวัยทำงานที่มีส่วนประกอบของผ้าทอพื้นเมือง

จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นวลแข ปาลิวณิช. (2542). ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วรรณษา จันทราสาและคณะ. (2553). การศึกษาและการพัฒนาเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงเพื่อประยุกต์ใช้

กับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่ บาดิก เพื่อพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก

จังหวัดอุดรธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สมบัติ ประจัญสานต์. (2555). การออกแบบลายผ้าทอพื้นบ้านจากต้นแบบลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติ

จากลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมในจังหวัดบุรีรัมย์. [Online]. Available:

<http://dspace.bru.ac.th/xmlui/handle> [2564, กุมภาพันธ์ 1].

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และคณะ. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย:

กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ. [Online]. Available: <https://www.journal.nu.ac.th> [2564,

กุมภาพันธ์ 2].

สุพจน์ สุทธิศักดิ์. (2560). แนวทางการพัฒนาผ้าทอลายทวารวดีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนใน

จังหวัดนครปฐม. [Online]. Available: <http://research.culture.go.th> [2564, กุมภาพันธ์ 1].

อัจฉราพร ไศลสุต. (2539). ความรู้เรื่องผ้า. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์วิชาการ.



การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิก เกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

เนตรนภา แววกระโทก¹

กัณฑ์กนิษฐ จูรัตน์²

รายงานฉบับ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเกษตรกรมีพื้นที่ทั้งหมด 100 ตารางวา มีต้นทุนในการปลูกเมล่อนครั้งแรก เท่ากับ 91,100 บาท ค่าเสื่อมราคา เท่ากับ 16,768 บาท ต้นทุนรวมต่อรอบ เท่ากับ 20,897 บาท ในอัตรา ร้อยละ 100 ต้นทุนในการปลูก ประกอบด้วย (1) ค่าวัสดุเทียบ เท่ากับ 800 บาท อัตราร้อยละ 4 (2) ค่าปุ๋ย เท่ากับ 6,507 บาท อัตราร้อยละ 31.13 (3) ค่าแรงงาน เท่ากับ 10,050 บาท อัตราร้อยละ 48.09 และ (4) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 3,540 บาท อัตราร้อยละ 17 ส่วนผลตอบแทนจากการปลูกเมล่อน เท่ากับ 98,200 บาท จำนวนผลผลิต 1,100 กิโลกรัม ราคาขายส่ง 100 บาท ต่อกิโลกรัม ผลตอบแทนขายส่งเท่ากับ 51,000 บาท รวม 510 กิโลกรัม ราคาขายปลีก 80 บาทต่อกิโลกรัม ผลตอบแทนขายปลีกเท่ากับ 47,200 บาท รวม 590 กิโลกรัม กำไรสุทธิ เท่ากับ 25,253 บาท

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ / ต้นทุน / ผลตอบแทน / การปลูกเมล่อน

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

Cost and Return Analysis of Melon Planting among Farmer Members Mae Sot Industrial Estate Cooperative, Mae Sot District, Tak Province

Netnapha Weakrathok

Kankanit Jurach

ABSTRACT

This research has the aims as to analyze the cost and return of melon planting of Mae Sot Industrial Estate Cooperative Farmers, Mae Ka Sa Sub-district, Mae Sot District, Tak Province. The sample group was Mae Ka Sa Sub-district farmer group, Mae Sot Industrial Estate. The instrument used to collect the data was the structured interview. The data analyzing used the content analysis. The results had found that the famer group has the total area as 100 square wa, the cost of planting melons for the first time was 91,100 Bath, the depreciation was 16,768 Bath, the total cost was 20,897 Baht at a rate of 100%. The cost of planting consisted of (1) raw material 800 Baht, 4% rate (2) fertilizer 6,507 Baht, 31.13% rate, (3) labor 10,050 Baht, 48.09% rate, and (4) other expenses 3,540 Baht, 17% rate. The return was 98,200 Baht, the goods was 1,100 kilograms, the wholesale price was 100 Baht per kilogram, the wholesale return was 51,000 Baht, the total was 510 kilograms, the retail price was 80 Baht per kilogram. The retail return was 47,200 Baht, The total was 590 kilograms. The net profit was 25,253 Baht.

Keywords: analysis / cost / return / Melon planting

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมล่อน (Melon) มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Cucumis melo* L. อยู่ในวงศ์ Cucurbitaceae เช่นเดียวกับ แตงกวาและแตงโม ซึ่งมีถิ่นกำเนิดอยู่ในเขตร้อนและตอนใต้ของทวีปแอฟริกาจัดเป็นพืชผักที่ใช้ส่วนผลสด ในการบริโภคเนื่องจากมีความหวานกลิ่นหอมและรสชาติดี สีของเนื้อผลยังมีหลากหลาย ทั้งมีครีม เหลือง เขียว ส้ม และแสด เป็นทั้งผลไม้และผักขึ้นกับลักษณะของการนำไปใช้บริโภค เมล่อนได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศรวมทั้งประเทศไทย ผลผลิตเมล่อนมีราคาค่อนข้างแพงจึงมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกออกไปในหลายพื้นที่เกษตรกรสามารถปลูกเป็นพืช ลักษณะเป็นพืชเสริมรายได้ (ธงชัย, 2531) เมล่อนเป็นพืชที่นำเสนอใจเหมาะแก่การลงทุนเป็นอย่างมาก เป็นผลไม้ที่มี Beta-carotene สูงที่สุด โดยร่างกายจะเปลี่ยน Beta-carotene ให้เป็นวิตามินเอซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ที่สำคัญต่อการผลิต เซลล์ลิโพโซที่ช่วยต่อสู้กับเชื้อโรค ผลไม้ชนิดนี้ ยังอุดมด้วยวิตามินซีที่ร่างกายต้องใช้สำหรับการทำหน้าที่ต่าง ๆ ในการต้านทานโรค และยังป้องกันโรคหัวใจ โรคกระดูก และโรคหัวใจ ปริมาณน้ำที่มีมากในผลไม้ชนิดนี้มีฤทธิ์อย่างอ่อนในการขับปัสสาวะ เป็นการช่วยล้างพิษให้ร่างกาย (เฮจ ชาร์ลอตต์, 2550) ด้วยเอกลักษณ์ที่กล่าวมานี้ทำให้เมล่อนเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในการบริโภค (จุมพล สารนาท และคณะ, 2539)

แม่สอด เป็นอำเภอติดชายแดนกับเมียนมาร์ ปัจจุบันเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจใหม่ที่ทำให้เจริญก้าวหน้า เพราะที่ท่าเลทองทำให้ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นค่อนข้างสูง เป็นอำเภอเอกที่มีฐานะทางเศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง มีการค้าขายระหว่างประเทศไทยกับเมียนมาร์ เนื่องจากเป็นอำเภอที่อยู่ติดชายแดน มีชื่อเสียงในด้านธุรกิจ การคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย เป็นชุมทางการค้าขาย มีความเหมาะสมทางการค้า การลงทุน การส่งออก และภูมิศาสตร์ (บัว สีสลม, 2562) มีความเหมาะสมต่อการเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ หลายชนิด เช่น ดอกกุหลาบ ดอกดาวเรือง กะหล่ำปลี ผักกาดขาว พริก ต้นหอมผักชี พริกทอง แตงกวา แตงโม เมล่อน มะเขือเทศ สตอเบอร์รี่ ลำไย เป็นต้น และที่กำลังนิยมปลูกในตอนนี้และทำรายได้ดีที่สุดก็คือเมล่อน สหกรณ์นิคมแม่สอด เห็นว่าเมล่อนกำลังเป็นที่น่าสนใจ สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ได้ดี จึงได้จัดตั้งโครงการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ในสถาบันเกษตรกรขึ้นมา เมล่อนเป็นพืชที่เพาะปลูกง่าย เป็นพืชที่นำเสนอใจเหมาะแก่การลงทุนเป็นอย่างมาก สามารถปลูกได้ทั้งในโรงเรือนและกลางแจ้ง ใช้เครื่องมือทางการเกษตรและน้ำน้อย รวมถึงใช้พื้นที่ปลูกไม่มาก แต่ให้ผลตอบแทนต่อพื้นที่สูงและเป็นที่ต้องการของตลาด แล้วยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ติดอกติดใจในรสชาติอร่อย หอม กรอบ โดยจะมีการสั่งจองเมล่อนตั้งแต่เมล่อนติดผล ยังไม่ทันเก็บเกี่ยว ผู้บริโภคจะไม่ต่อรองราคา ผลเมล่อนนอกจากรสชาติดีแล้ว สีผลก็สวยงามน่ารับประทาน การปลูกก็ถูกควบคุมด้านการป้องกันโรคแมลง การดูแลเอาใจใส่เจ้าของสวนอย่างใกล้ชิด (กัลพกรณ์ สุขเย็น, 2563)

กลุ่มเกษตรกรปลูกเมล่อน จัดตั้งขึ้นจากโครงการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ในสถาบันเกษตรกรในพื้นที่ สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ให้กับสมาชิกสหกรณ์การเกษตรและกลุ่มเกษตรกร นำไปสู่การตรวจรับรองการผลิตมาตรฐานเพื่อยกระดับเป็นกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ซึ่งกลุ่มเกษตรกรได้มีการลงทุนทำการปลูกเมล่อน ทางกลุ่มเกษตรกรการปลูกเมล่อน

กับคณะผู้วิจัยจึงร่วมมือกันได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนเพื่อเป็นแนวทางให้กับกลุ่มที่สนใจหันมาปลูกเมล่อนเพิ่มมากขึ้น และเป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มเกษตรกรดังกล่าว ในการคิดวิเคราะห์วางแผนการดำเนินงานจัดการธุรกิจการเกษตร ถึงต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน สามารถสร้างผลตอบแทนระยะสั้นหรือระยะยาว นำข้อมูลมาวางแผนเรื่องแนวทางการลดต้นทุนการปลูกเมล่อนที่มีประสิทธิภาพได้ โดยในอนาคตกลุ่มเกษตรกรดังกล่าวนอกจากจะมีความรู้เรื่องต้นทุนและผลตอบแทนแล้ว จะสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบเรื่องการจัดการความรู้เรื่องต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนจากการลงทุนได้ รวมไปถึงงานวิจัยนี้สามารถช่วยให้ผู้สนใจทำการเกษตรปลูกเมล่อนรายใหม่ได้ทราบถึงต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน เพื่อเป็นแนวทางให้กับกลุ่มที่สนใจหันมาปลูกเมล่อน อีกทั้งยังส่งเสริมเรื่องการปลูกเมล่อนได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้สหกรณ์สามารถดำเนินงานได้อย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพ พัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิก ประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง สร้างรายได้อย่างยั่งยืน และมีความพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และมุ่งสู่ AEC ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาระบบสหกรณ์ให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีต้นทุนการผลิต

1. ความหมายของต้นทุนและต้นทุนการผลิต

มนวิกา ผดุงสิทธิ (2556, น.8) ได้กล่าวไว้ว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่องค์กรใช้ประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ เช่น ต้นทุนของวัตถุดิบและแรงงานที่เกิดขึ้นเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ และเมื่อต้นทุนได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจแล้ว ต้นทุนส่วนนั้นจะเปลี่ยนสภาพไปเป็นค่าใช้จ่าย (Expense) ซึ่งจะนำไปหักจากรายได้ในแต่ละงวดบัญชี

โสธญา ม่วงกรุง (2557, น.9) ได้กล่าวไว้ว่า ต้นทุนการผลิต หมายถึง ต้นทุนที่ทำให้ได้สินค้าสำเร็จรูปใด ๆ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ที่เบิกใช้ในการผลิต แรงงานทางตรงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิต เมื่อทั้ง 3 ส่วนประกอบ ได้เข้าสู่ขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตก็就会被แปรสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป

2. การจำแนกประเภทของต้นทุน

การจำแนกประเภทต้นทุนแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1.1 การจำแนกต้นทุนตามระยะเวลา

- 1.2 การจำแนกต้นทุนตามลักษณะการดำเนินงาน
- 1.3. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์
- 1.4 การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม
- 1.5 การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงาน
- 1.6 การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ

ซึ่งมีรายละเอียดของการจำแนกต้นทุนแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

1.1 การจำแนกต้นทุนตามระยะเวลา เป็นการพิจารณาต้นทุนในการจัดหาสินทรัพย์และบริการต่าง ๆ ซึ่งจะต้องสัมพันธ์กับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ โดยสามารถแบ่งต้นทุนออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) ต้นทุนที่เกิดขึ้นในอดีต (Historical Cost) คือต้นทุนที่เกิดขึ้นเมื่อได้มาซึ่งสินทรัพย์หรือบริการต่าง ๆ และกิจการได้จ่ายชำระเงินสด สินทรัพย์อื่นใดหรือรายการเทียบเท่าเงินสดโดยปกติจะใช้ต้นทุนประเภทนี้ในการบันทึกบัญชีประกอบการจัดทำงบการเงิน แต่ไม่นิยมนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจปัญหาหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอนาคต เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

2) ต้นทุนทดแทนหรือต้นทุนเปลี่ยนแทน (Replacement Cost) คือต้นทุนที่จ่ายไปเพื่อใช้ในการจัดหาสินทรัพย์มาเปลี่ยนแทนหรือทดแทนสินทรัพย์เดิม ซึ่งสินทรัพย์ที่จัดหามานั้น ต้องมีลักษณะคล้ายคลึงกับสินทรัพย์เดิม เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับต้นทุนประกอบการตัดสินใจในการเลือกทางเลือกต่าง ๆ ว่าควรเปลี่ยนแทนหรือปรับปรุงสินทรัพย์ที่มีอยู่เดิมหรือควรซื้อสินทรัพย์ใหม่เพื่อทดแทนสินทรัพย์เดิม โดยเปรียบเทียบจากราคาตลาดของสินทรัพย์นั้น ๆ

3) ต้นทุนในอนาคต (Future Cost) คือต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อกิจการต้องตัดสินใจเลือกโครงการใดโครงการหนึ่งในอนาคต ซึ่งกิจการต้องพยากรณ์ต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ในโครงการจากแนวโน้มของต้นทุนจริงในอดีตหรือจากระบบงบประมาณของกิจการ

1.2 การจำแนกต้นทุนตามลักษณะการดำเนินงาน เป็นการพิจารณาต้นทุนที่เกิดจากดำเนินงานหรือปฏิบัติงานของธุรกิจซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1) ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Cost) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมดในกระบวนการผลิตเพื่อแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้า ซึ่งปกติต้นทุนการผลิตจะเกิดขึ้นในธุรกิจผลิตสินค้าเท่านั้น เช่น วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้น

2) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Nonmanufacturing Cost) คือ ต้นทุนอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งจะจำแนกต้นทุนโดยพิจารณาตามหน้าที่หรือลักษณะของการปฏิบัติงาน ดังนี้

2.1) ต้นทุนในการจัดซื้อหรือจัดหาสินค้า (Merchandise Cost) ซึ่งเป็นต้นทุนในการจัดหาสินค้า เช่น ค่าขนส่งขาเข้า เป็นต้น

2.2) ต้นทุนทางการตลาด (Marketing Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดจากการส่งเสริมการขายหรือแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด เช่น ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2.3) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Administrative Cost of Expense) เป็นต้นทุนจากการบริหารงานโดยรวม เช่น เงินเดือนฝ่ายบริหาร ค่าใช้จ่ายแผนกบัญชี

2.4) ต้นทุนทางการเงิน (Financing Cost) คือ ต้นทุนจากการจัดหาเงินทุนมาดำเนินงาน เช่น ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น

2.5) ต้นทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development Cost) เป็น ต้นทุนจากการวิจัยหาสินค้าใหม่ ๆ หรือพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้ทันสมัยจากเดิมเพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาดของลูกค้านั้น เช่น เงินเดือนนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

3) การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เป็นการจำแนกต้นทุนของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ที่กิจการได้ทำการผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าต่าง ๆ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

3.1) วัสดุโดยตรง (Direct Material) คือ วัสดุเป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือ บริการ สามารถคำนวณได้ง่ายว่าสินค้า 1 หน่วย ต้องใช้วัสดุเท่าใด เช่น ไม้ที่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ ผ้าที่ใช้ในการ ตัดชุด เป็นต้น

3.2) ค่าแรงงานโดยตรง (Direct Labor) คือ ค่าแรงที่เกิดขึ้นเพื่อเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบให้ เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือเป็นค่าแรงที่เกิดจากการผลิตสินค้าโดยตรง สามารถคำนวณต้นทุนค่าแรงที่ใช้ในการ ผลิตได้โดยง่าย เช่น ค่าแรงของพนักงานตัดเย็บเสื้อผ้า ค่าแรงพนักงานควบคุมเครื่องจักรภายในโรงงาน เป็นต้น

3.3) ค่าใช้จ่ายการผลิตหรือค่าใช้จ่ายโรงงาน (Factory Overhead) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ เกิดขึ้นในการสนับสนุนการผลิตสินค้าหรือบริการไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบโดยตรงและค่าแรงงานโดยตรง และไม่ เกี่ยวข้องกับส่วนของสำนักงาน

1.4 การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุนว่าผันแปรตามปริมาณ กิจกรรมที่ปรับสูงขึ้นหรือลดลงหรือไม่ เช่น หน่วยสินค้าที่ผลิต จำนวนชั่วโมงแรงงาน จำนวนชั่วโมงเครื่องจักร เป็นต้น ซึ่งสามารถจำแนกต้นทุนประเภทนี้ได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) ต้นทุนผันแปร คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของระดับกิจกรรมหรือปริมาณการ ผลิต ในขณะที่ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยคงที่ไม่ว่าปริมาณกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งทำให้คำนวณหาต้นทุน ได้โดยง่ายและทราบว่าต้นทุนดังกล่าวเป็นต้นทุนของแผนกใด

2) ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง แต่ต้นทุนต่อหน่วยจะลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น และจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง เช่น เงินเดือน ผู้จัดการโรงงาน ค่าเช่าโรงงาน เป็นต้น

3) ต้นทุนกึ่งผันแปร คือ ต้นทุนที่มีลักษณะส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนคงที่ อีกส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนผัน แปรไปตามระดับของกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ค่าบริการรายเดือนซ่อมบำรุง เดือนละ 500 บาท โดยเข้า ตรวจสอบสภาพเครื่องจักร เดือนละ 2 ครั้ง หากเพิ่มจากนั้นต้องเสียเพิ่มอีกครั้งละ 200 บาท กล่าวคือ ต้นทุนคงที่ 500 บาท ต้นทุนผันแปรขึ้นอยู่กับปริมาณกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นจากเดิม

4) ต้นทุนกึ่งคงที่ คือ ต้นทุนที่คงที่ในช่วงระดับกิจกรรมหนึ่ง เมื่อกิจกรรมเปลี่ยนไปอีกระดับ หนึ่ง ต้นทุนก็จะผันแปรตามไปด้วย และจะคงที่ตลอดช่วงกิจกรรมใหม่จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงระดับ กิจกรรม เช่น หัวหน้างาน 1 คน ควบคุมคนงานได้ 10 คน แต่ถ้าต้องการเพิ่มคนงานเป็น 20 คน ต้องจ้าง หัวหน้างานเพิ่มอีก 1 คน ต้นทุนคงที่จากเดิม 1 คน ก็จะเพิ่มเป็น 2 คน จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

1.5 การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงาน เป็นการควบคุมต้นทุนให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหาร ซึ่งจะต้องกำหนดหน่วยงานที่ต้องการควบคุมต้นทุนแล้ววางแผนการควบคุม ตลอดจนการลงมือปฏิบัติ และการวัดผลการปฏิบัติการควบคุมดังกล่าว ว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ ซึ่งในการควบคุมต้นทุนนั้นสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ต้นทุนที่ควบคุมได้ คือ ต้นทุนที่ผู้จัดการหรือหัวหน้างานสามารถสั่งการหรือควบคุมได้ เช่น ค่าล่วงเวลา ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น

2) ต้นทุนที่ควบคุมไม่ได้ คือ ต้นทุนที่ผู้จัดการหรือหัวหน้างานไม่สามารถควบคุมได้ เพราะอยู่ในอำนาจการตัดสินใจของผู้บริหารหรือได้รับการปันส่วนมาจากส่วนกลางไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

1.6 การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ ต้นทุนประเภทนี้สามารถแยกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1) ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ คือ ต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อใช้ในการประเมินทางเลือก ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบต้นทุนในอดีตหรือการพยากรณ์โดยอาศัยเทคนิคทางสถิติ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทได้ ดังนี้

1.1) ต้นทุนส่วนต่าง คือ ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงจากการเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติเดิมให้เป็นวิธีการปฏิบัติใหม่ เช่น กำลังการผลิต 100 หน่วย ต้นทุนต่อหน่วย 2 บาท ถ้าเพิ่มกำลังการผลิตเป็น 150 หน่วย ต้นทุนต่อหน่วยเป็น 1.80 บาท ทำให้เกิดต้นทุนส่วนต่างที่ลดลงจากเดิมเมื่อเทียบกับกำลังการผลิตเดิมอยู่ 0.20 บาท

1.2) ต้นทุนที่เลี่ยงได้ คือ ต้นทุนที่สามารถประหยัดได้จากการตัดสินใจเลือก เช่น การยุบสาขาที่ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน จะช่วยลดต้นทุนได้ลงจากเดิม

1.3) ต้นทุนค่าเสียโอกาส คือ ผลตอบแทนที่กิจการได้รับจากการตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง แต่กิจการต้องสูญเสียผลตอบแทนจากทางเลือกที่ไม่ได้เลือก เช่น มีเงินอยู่ 10,000 บาท ถ้าฝากเงินจำได้ดอกเบี้ย 200 บาทต่อปี แต่ถ้าปล่อยเงินกู้จะได้ดอกเบี้ย 500 บาทต่อปี ซึ่งถ้าเลือกปล่อยเงินกู้จะทำให้เสียโอกาสได้รับดอกเบี้ยจากการฝากเงินเป็นจำนวน 200 บาท

2) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ คือ ต้นทุนที่ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ไม่ว่าผู้บริหารจะเลือกทางเลือกใดก็ตาม ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

2.1) ต้นทุนจม คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นในอดีตไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ เช่น ซื้อเครื่องจักรมาในราคา 20,000 บาท เป็นเวลา 2 ปี ไม่ว่ากิจการจะขายหรือไม่ขาย ต้นทุนดังกล่าวก็ได้เกิดขึ้นแล้วจากการซื้อเครื่องจักร

2.2) ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ ต้นทุนที่ยังคงมีอยู่ไม่ว่ากิจการจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือไม่ เช่น ค่าภาษีทรัพย์สินของโรงงาน เป็นต้น (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ธิบุญ, 2556)

3. สูตรในการคำนวณต้นทุนการผลิต

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \text{วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไป} + \text{ค่าแรงงานทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายในการผลิต}$$

ต้นทุนการผลิต เป็นต้นทุนทั้งหมดที่ถูกใช้ไปสำหรับการผลิตสินค้าในระหว่างงวด ซึ่งกระบวนการผลิตสินค้าบางชนิดอาจใช้ระยะเวลานาน ทำให้สินค้าบางหน่วย ณ วันสิ้นงวด อาจะยังผลิตไม่สำเร็จ ดังนั้น ต้นทุน การผลิตที่ เกิดขึ้นในระหว่างงวด จึงเป็นต้นทุนของสินค้าที่ผลิตเสร็จในระหว่างงวด (สินค้าสำเร็จรูป) และ สินค้าที่ยังอยู่ในกระบวนการผลิต (งานระหว่างทำ)

แนวคิดทฤษฎีผลตอบแทน

ผลตอบแทน หมายถึง มูลค่าสินค้าและบริการที่ได้รับทั้งหมดจากการลงทุน การวิเคราะห์การลงทุน และผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการใด ๆ โดยเป็นการเกิดขึ้นในระยะเวลาดังกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับค่าของเงินตามเวลาของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่ได้รับและต้นทุนที่เสียไปช่วงในระยะเวลาที่ต่างกัน ให้เป็นเวลาปัจจุบันก่อนแล้วจึงจะสามารถทำการเปรียบเทียบกันได้อย่างถูกต้องแน่นอน ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ผลตอบแทนจากการลงทุน การลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านผลตอบแทน และความเสี่ยง การที่คนเราลงทุนก็เพราะเราคาดหวังจะได้รับผลตอบแทนเท่านั้นแต่ว่าบางครั้งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จึงต้องอยู่ภายใต้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยผลตอบแทนจากการลงทุน (เสถียร ศรีบุญเรือง, 2542)

อัตราผลตอบแทนต่อทุน เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่เปรียบเทียบระหว่าง กำไรสุทธิกับส่วนของเจ้าของเฉลี่ย เป็นการวัดประสิทธิภาพส่วนของผู้ถือหุ้นว่าให้ผลตอบแทนเท่าไร

สูตรการคำนวณอัตราผลตอบแทน

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อทุน} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ทุน(เฉลี่ย)}} \times 100$$

กำไรขั้นต้น (Gross Profit)

คือส่วนต่างจากราคาซื้อและราคาขาย โดยทั่วไปกิจการควรจะมีกำไรขั้นต้นเป็นบวก หรือขายของอย่างมีกำไร ถ้ากิจการขาดทุนตั้งแต่กำไรขั้นต้นอาจหมายถึงว่ากิจการไม่มีความสามารถในการตั้งราคาสินค้าอยู่เลย หรือต้นทุนสินค้าแพงเกินไปหรือผันผวนก็เป็นได้

$$\text{กำไรขั้นต้น} = \text{รายได้จากการขาย} - \text{ต้นทุนการผลิต}$$

กำไรส่วนเกินต่อหน่วย (Contribution Margin)

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

ถ้าไรส่วนเกินดังกล่าว เป็นสิ่งนำไปชดเชยต้นทุนคงที่ ถ้ากำไรส่วนเกิน มากกว่า ต้นทุนคงที่ แสดงว่า กิจกรรมมีกำไรจากการดำเนินงาน แต่ถ้ากำไรส่วนเกินน้อยกว่าต้นทุนคงที่ แสดงว่า กิจกรรมมีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน

ราคาขาย (Price)

จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าและ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค หากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป

$$\text{ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย} = \frac{\text{ยอดขายรวม(บาท)}}{\text{จำนวนจริงที่ขายได้ (ชิ้น)}}$$

อัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

อัตรากำไรขั้นต้นบอถึงความสามารถในการตั้งราคาสินค้า รวมไปถึงจัดหาสินค้าในราคาที่เหมาะสม กิจกรรมที่ดีต้องมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นหรือคงที่ ซึ่งบ่งบอกว่าในระยะยาว กิจกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้ตามต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้น (ขึ้นราคาได้จึงสามารถรักษาส่วนต่างกำไรไว้ได้) แน่แน่นอนว่ากิจกรรมที่สามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้ในระยะยาวนั้นย่อมเป็นกิจกรรมที่แข็งแกร่ง และควรค่าแก่การลงทุน สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

เป็นการวัดอัตราส่วนทางการเงินระหว่างผลกำไรสุทธิกับยอดขาย ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่บอถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการ บอถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการและความสามารถของผู้บริหารอีกด้วย สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

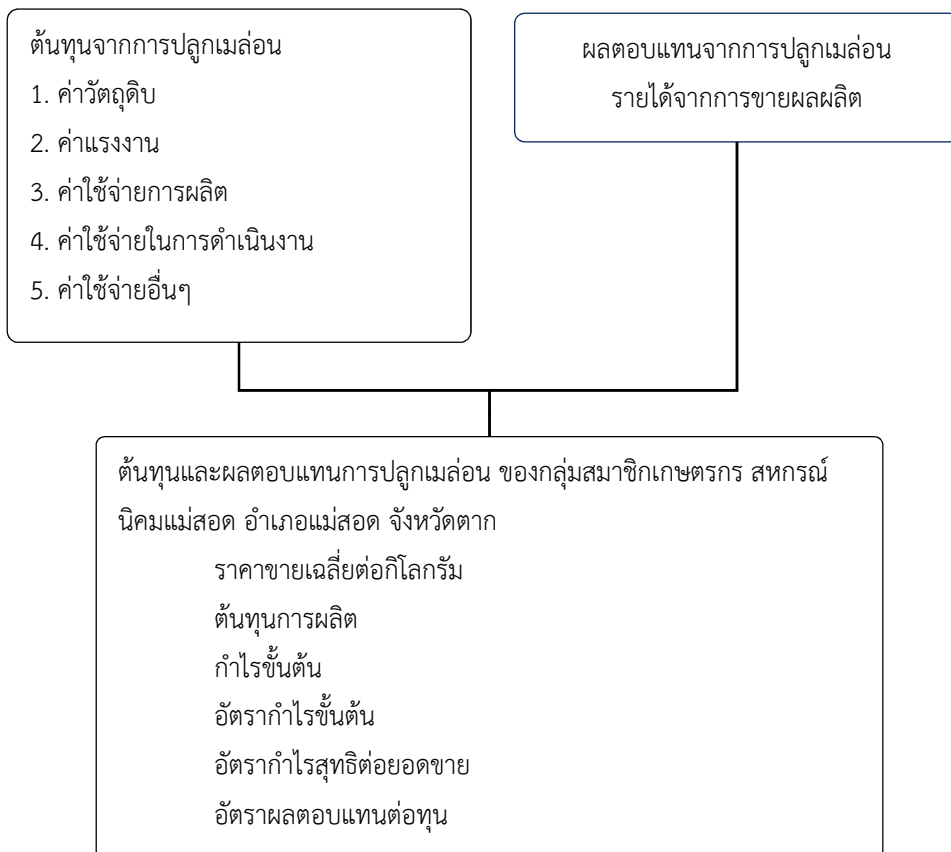
$$\text{อัตรากำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

การวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิของค่าที่คำนวณได้

หากค่าที่คำนวณได้สูง จะแสดงว่าความสามารถของการดำเนินงานและผลิตภัณ์ของกิจการมีคุณภาพมากทำให้สามารถทำกำไรได้ดี หากค่าที่คำนวณได้ต่ำ แสดงว่า กิจการอาจจะมีปัญหาในการดำเนินงาน เช่น ไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ หรือในอุตสาหกรรมมีคู่แข่งมากจึงไม่สามารถเพิ่มราคาของผลิตภัณ์ได้ทำให้ไม่ได้กำไรเท่าที่ควร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิก เกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อน ในเครือข่ายนิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 8 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกเมล่อน ซึ่งประกอบด้วย พันธุ์เมล่อน การเก็บรักษามะลัดพันธุ์ ขั้นตอนการปลูกเมล่อน ระยะเวลาการปลูกเมล่อน ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวผลเมล่อน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุน การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การเกษตร ค่าเสื่อมราคาและอุปกรณ์การเกษตร ค่าแรงงานในการปลูกเมล่อน ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จากการปลูกเมล่อน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลตอบแทน จำนวนผลผลิตต่อรอบ และ ราคาขายต่อรอบ จากการปลูกเมล่อน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคจากการปลูกเมล่อน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มเกษตรกร

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ผลตอบแทน การปลูกเมล่อน เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2) สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา

3) ส่งแบบสัมภาษณ์ฯ ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการบัญชีและด้านเศรษฐศาสตร์ จำนวน 5 คน ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

4) แก้ไขแบบสัมภาษณ์ฯ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการปลูกเมล่อน ของกลุ่มเกษตรกร ในเครือข่ายนิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 ประชุมวางแผนการดำเนินงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกเมล่อนของกลุ่มเกษตรกรปลูกเมล่อน ในเครือข่ายนิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 3 สัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรปลูกเมล่อนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนในการปลูกเมล่อน จนครบตามจำนวน พร้อมบันทึกข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้ในข้อ 3 มาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกเมล่อน และนำไปใช้ในการเขียนรายงานต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) รวบรวมข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรและการจัดการในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก รวมไปถึงปัญหาในการปลูกเมล่อน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Average)

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน (Cost and Return Analysis) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุน ด้านในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ โดยใช้ดัชนีวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน และจุดคุ้มทุนสามารถคำนวณโดยใช้สูตร ดังนี้

1) วิธีอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) หมายถึง อัตราส่วนผลตอบแทนจากการบริหารเงินลงทุน มีสมการดังนี้

$$\text{ผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{\text{กำไรจากการลงทุน}}{\text{เงินลงทุน}} \times 100$$

2) วิธีหาจุดคุ้มทุน (BEP) คือ ยอดขายที่เท่ากับค่าใช้จ่ายหรือการลงทุนที่ลงไป เป็นจุดที่ผู้ขาย ไม่ได้กำไรแต่ก็ไม่ขาดทุน ยอดขายอาจจะถูกวัดเป็น เงิน หรือจำนวนสินค้าที่ขาย มีสมการดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยที่ กำไรต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนต่อหน่วย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1. ผลการศึกษาการปลูกเมล่อน ของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า พันธุ์เมล่อนที่ใช้ปลูกมีทั้งหมด 4 สายพันธุ์ คือ พันธุ์อิเบต พันธุ์ญี่ปุ่น พันธุ์สายน้ำผึ้ง พันธุ์หยกเทพ ใช้พื้นที่ในการปลูกเมล่อน 100 ตารางวา หรือ 1 งาน วิธีการปลูก มี 1 วิธี คือ ปลูกเป็นแถว ขั้นตอนการปลูกเมล่อน มี 8 ขั้นตอน ดังนี้

1) ผสมดินกับปุ๋ยอินทรีย์ที่ไว้เป็นระยะเวลา 7 วัน ให้น้ำเต็มที่เพื่อให้ดินชุ่มอยู่ตลอดเวลา แล้วนำดินลงถุงกระสอบที่ใช้ปลูกเมล่อนหลังจากที่เพาะกล้า

2) บ่มเมล็ด โดยการนำเมล็ดไปแช่ในน้ำ เป็นระยะเวลา 1 คืน หลังจากนั้นนำมาห่อด้วยผ้าขาวและเก็บไว้ในภาชนะที่มิดชิด เป็นระยะเวลา 1 คืน

3) เพาะกล้า นำเมล็ดที่บ่มเรียบร้อยแล้ว ลงไปปลูกในถาดหลุมที่เป็นดินอุดมสมบูรณ์ (พีทมอส) ให้น้ำเต็มที่เพื่อให้ดินชุ่มอยู่ตลอดเวลาเป็นระยะเวลา 15 วันนับตั้งแต่เมล็ดลงถาดหลุม

4) ย้ายกล้า นำต้นกล้าที่เกิดรากแก้ว ลงในถุงดินที่เตรียมไว้ในขั้นตอนที่ 1 ด้วยความระมัดระวัง และให้น้ำเต็มที่เพื่อให้ดินชุ่มอยู่ตลอดเวลา เป็นระยะเวลา 10 วัน

5) ตัดแขนง หลังจากที่ย้ายกล้าลงดินตามระยะเวลาที่กำหนดและต้นเมล่อนเติบโตพอสมควรแล้ว เลือกแขนงที่สมบูรณ์ที่สุด และตัดแขนงที่ไม่สมบูรณ์ทิ้ง

6) ระยะเวลาติดลูก เมื่อเลือกแขนงที่สมบูรณ์แล้วต้นเมล่อนจะเกิดดอกเพื่อรอการผสม (เกสร) เลือกเกสรเพศผู้ และ เพศเมีย นำมาผสมกันเพื่อให้เกิดลูก

7) ระยะเวลาติดลูก เลือกผลเมล่อนและขั้วที่สมบูรณ์ ให้น้ำเต็มที่ 2 วันต่อ 1 ครั้ง และใส่ปุ๋ยสลับกัน 3 วัน ต่อ 1 ครั้ง จนกว่าผลเมล่อนจะเริ่มสุกพอสมควรและลดการให้น้ำ ใส่ปุ๋ย ลดลง จนถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยว (ถ้าให้น้ำและใส่ปุ๋ยเยอะเกิน จะทำให้ผลเมล่อนแตกได้)

8) ระยะเวลาเก็บเกี่ยว คัดเลือกต้นเมล่อนที่มีผลผลิตที่สมบูรณ์ ก่อนเก็บเกี่ยวงดให้น้ำ 1 วัน (เฉพาะต้นที่สมบูรณ์และพร้อมออกจำหน่ายเท่านั้นเพราะต้นเมล่อนเติบโตไม่เท่ากันจึงไม่สามารถเก็บเกี่ยวพร้อมกันได้)

ผลการศึกษาการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า เมล่อนเป็นพืชที่ให้ผลผลิตระยะสั้น ระยะเวลาการปลูกเมล่อน ประมาณ 75 - 80 วัน นับตั้งแต่เริ่มการเพาะเมล็ด และมีระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวผลเมล่อนสามารถเก็บได้ทันที เพียงแต่ระยะเก็บเกี่ยวคัดเลือกต้นเมล่อนที่มีผลผลิตที่สมบูรณ์ ก่อนเก็บเกี่ยวต้องงดให้น้ำ 1-2 วัน เพื่อให้ผลเมล่อนมีความหวานมากขึ้น แล้วก็ตรวจเช็คความหวานด้วยเครื่องวัดความหวาน (Brix Refractometer) ถูกนำมาใช้ในการวัดปริมาณน้ำตาลทุกครั้งก่อนการเก็บเกี่ยว เพราะเรื่องความหวานของเมล่อนมีความสำคัญมาก โดยทั่วไปแล้วความหวานของเมล่อนจะอยู่ที่ 14-18 บริกซ์

2. การวิเคราะห์ต้นทุนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีรายละเอียดแสดงดังตาราง

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลผลรวมต่อหน่วยของการลงทุนปลูกเมล่อนครั้งแรกของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

รายการ	จำนวน	ราคาต้นทุน (บาท)	อัตราค่า เสื่อมราคา (ร้อยละ)	พื้นที่ที่ใช้ใน การเพาะปลูก (ตารางวา)	ค่าเสื่อมราคา เฉลี่ย(บาท:ไร่)
โรงเรือน	1 หลัง	70,000	5	100	14,000
เครื่องสูบน้ำ	2 เครื่อง	6,000	20	100	4,800
สายส่งน้ำ	1 ม้วน	2,500	0	100	0
หัวน้ำหยด	500 อัน	0.25	0	100	0
เครื่องขัง	1 เครื่อง	1,300	0	100	0
กระบอกฉีดน้ำ	1 อัน	30	0	100	0
ถังพ่นยา	1 ถัง	1,600	20	100	1,280
แผงโซลาร์เซลล์	2 แผง	34,000	20	100	27,200
ยอดรวมทั้งสิ้น		115,430.25			47,280

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ต้นทุนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีเงินลงทุนเริ่มแรกเป็นการลงทุนในเรื่องเตรียมพื้นที่ในการเพาะปลูก ระบบน้ำและอุปกรณ์การเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ สายส่งน้ำ เครื่องขัง กระบอกฉีดน้ำ ถังพ่นยา แผงโซลาร์เซลล์ เป็นต้น สหกรณ์นิคมแม่สอด พื้นที่ในการเพาะปลูก 100 ตารางวา จำนวนเงินของสินทรัพย์รวมเท่ากับ 115,430.25 บาท และมีค่าเฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 47,280 บาท โดยคำนวณจากอัตราค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20 และ ร้อยละ 5 ของสินทรัพย์ที่ลงทุนตามที่กฎหมายกำหนด

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนการผลิตลงทุนปลูกเมล่อนครั้งแรกของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรนิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	รวม (บาท)
ต้นทุนผันแปร	24,987
1. ค่าวัสดุดิบ	
- พันธุ์บีบิต	200
- พันธุ์สายน้ำผึ้ง	200
- พันธุ์หยกเทพ	200
- พันธุ์ญี่ปุ่น	200
	<u>800</u>
2. ค่าแรงงานทางตรง	
- การเตรียมดิน	800
- การดูแลรักษา	6,000
- การใส่ปุ๋ย	2,000
- เพาะกล้าเมล่อน(ต่อชั่วโมง)	1,250
	<u>10,050</u>
3. ค่าใช้จ่ายการผลิต	
ค่าอุปกรณ์	2,400
- เชือก	2,250
- ถังเพาะชำ	250
- หัวหยดน้ำ	200
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงการเกษตร	2,500
- ถาดหลุมเพาะเมล็ด	30
	<u>7,630</u>
ค่าปุ๋ย	
- ปุ๋ยอินทรีย์/ปุ๋ยเคมี	3,600
- ฟัทมอส	567
- แกลบ	45
- กาบมะพร้าว	300
- กากอ้อย	495
- ดินดำ	1,500
	<u>14,137</u>
ยอดรวมทั้งสิ้น	<u>24,987</u>

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร หลังจากการลงทุน การเพาะปลูกครั้งแรกแล้วต้องใช้เวลาประมาณ 75 - 80 วัน เมล่อนจึงจะให้ผลผลิตและสร้างรายได้ให้แก่ เกษตรกร หลังจากเกษตรกรมีรายได้จากการขายเมล่อน พบว่า มีต้นทุนผันแปรรวม 24,987 บาท ต่อครั้ง

การวิเคราะห์ต้นทุนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า การลงทุนปลูกเมล่อนมีต้นทุนรวมทั้งหมดเท่ากับ 72,267 บาท

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนการผลิต} &= \text{วัตถุดิบทางตรงใช้ไป} + \text{ค่าแรงทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายผลิต} \\ &= 800 + 10,050 + 61,417 \\ &= 72,267 \text{ บาท (ต่อรอบ)} \end{aligned}$$

ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารจากการจำหน่ายเมล่อน ของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรสหกรณ์ นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	รวม(บาท)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
1. ค่าขายโพนสำหรับบรรจุเมล่อน	540
2. ถุงพลาสติก(สำหรับบรรจุเมล่อน)	140
รวม	680

จากตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารจากการจำหน่ายเมล่อน ของกลุ่มสมาชิก เกษตรกรสหกรณ์นิคมแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร คือค่าขาย โพนสำหรับบรรจุเมล่อน เท่ากับ 540 บาท และมีถุงพลาสติก (สำหรับบรรจุเมล่อน) เท่ากับ 140 บาท โดยรวม ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 680 บาท

ตารางที่ 4 รายการแสดงรายได้จากการจำหน่ายเมล็ดของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

หน่วย : บาทต่อไร่

สายพันธุ์	จำนวนผลผลิต (กิโลกรัม)	ขายส่ง			ขายปลีก		
		ราคาที่ขาย (บาท/กก.)	จำนวน (กก.)	รวมขายส่ง (บาท)	ราคาที่ขาย (บาท/กก.)	จำนวน (กก.)	รวมขายส่ง (บาท)
พันธุ์เบต	260	100	115	11,500	80	145	11,600
พันธุ์ญี่ปุ่น	250	100	120	12,000	80	130	10,400
พันธุ์สายน้ำผึ้ง	300	100	155	15,500	80	145	11,600
พันธุ์หยกเทพ	290	100	120	12,000	80	170	13,600
รวม	1,100	รวม		51,000	รวม		47,200

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผลผลิต และผลตอบแทนจากการปลูกเมล็ดทั้ง 4 สายพันธุ์ มีดังนี้ พันธุ์สายน้ำผึ้งที่ให้ผลผลิตมากที่สุดอยู่ที่ จำนวน 300 กิโลกรัม ขายส่งทั้งหมดจำนวน 155 กิโลกรัม เป็นจำนวนเงิน 15,500 บาท ขายปลีกอยู่ที่ 145 กิโลกรัม เป็นเงิน 11,600 บาท รองลงมาเป็นสายพันธุ์หยกเทพที่ให้ผลผลิตอยู่ที่ จำนวน 290 กิโลกรัม ขายส่งทั้งหมดจำนวน 120 กิโลกรัม เป็นจำนวนเงิน 12,000 บาท ขายปลีกอยู่ที่ 170 กิโลกรัม เป็นเงิน 13,600 บาท สายพันธุ์เบต ที่ให้ผลผลิตอยู่ที่ จำนวน 260 กิโลกรัม ขายส่งทั้งหมดจำนวน 115 กิโลกรัม เป็นจำนวนเงิน 11,500 บาท ขายปลีกอยู่ที่ 145 กิโลกรัม เป็นเงิน 11,600 บาท และสายพันธุ์ญี่ปุ่นที่ให้ผลผลิตอยู่ที่ จำนวน 250 กิโลกรัม ขายส่งทั้งหมดจำนวน 120 กิโลกรัม เป็นจำนวนเงิน 12,000 บาท ขายปลีกอยู่ที่ 130 กิโลกรัม เป็นเงิน 10,400 บาท รวมผลผลิตทั้งสิ้น 1,100 กิโลกรัม รวมราคาขายส่งทั้งสิ้น 51,000 บาท รวมราคาขายปลีกทั้งสิ้น 47,200 บาท

รายการกำไรขั้นต้นจากการปลูกเมล็ดของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก คำนวณหากำไรขั้นต้น ได้ดังนี้

กำไรขั้นต้น = ยอดขายทั้งหมด - ต้นทุนการผลิต

= 98,200 - 72,267

ดังนั้นกำไรขั้นต้น = 25,933 บาท (ต่อรอบ)

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการปลูกเมล็ดของสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า การลงทุนเมล็ดมีกำไรจากการดำเนินงาน เท่ากับ 25,253 บาท คำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กำไรจากการดำเนินงาน} &= \text{กำไรขั้นต้น} - \text{ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน} \\ &= 25,933 - 680 \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น กำไรจากการดำเนินงาน} = 25,253 \text{ บาท (ต่อรอบ)}$$

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยการลงทุนปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า การลงทุนปลูกเมล่อนมีต้นทุนผันแปรต่อหน่วย เท่ากับ 22.72 บาท คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} &= \frac{\text{ต้นทุนผันแปรรวม}}{\text{จำนวนผลผลิต}} \\ &= \frac{24,987}{1,100} \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น ต้นทุนผันแปร} = 22.72 \text{ บาท (ต่อหน่วย)}$$

กำไรส่วนเกินต่อหน่วย และจุดคุ้มทุน (ขายส่ง) จากการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย เท่ากับ 77 บาท และมีจุดคุ้มทุน เท่ากับ 614.02 กิโลกรัม (ต่อรอบ) มีการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย (กก.) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} &= \text{ขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\ &= 100 - 22.72 \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = 77.28 \text{ บาท (ต่อกิโลกรัม)}$$

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point) มีวิธีการคำนวณหาต้นทุนการผลิตต่อหน่วย ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}} \\ &= \frac{47,280}{77.28} \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น จุดคุ้มทุน} = 611.80 \text{ กิโลกรัม (ต่อรอบ)}$$

กำไรส่วนเกินต่อหน่วย และจุดคุ้มทุน (ขายปลีก) จากการปลูกเมล่อนของกลุ่มสมาชิกเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย เท่ากับ 57 บาท และมีจุดคุ้มทุน เท่ากับ 825.42 กิโลกรัม(ต่อรอบ) มีการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย ได้ดังนี้

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

$$= 80 - 22.72$$

ดังนั้น กำไรส่วนเกินต่อหน่วย = 57.28 บาท (ต่อกิโลกรัม)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point) มีวิธีการคำนวณหาต้นทุนการผลิตต่อหน่วย ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}} \\ &= \frac{47,280}{57.28} \end{aligned}$$

ดังนั้น จุดคุ้มทุน = 825.42 กิโลกรัม (ต่อรอบ)

4. ปัญหาและอุปสรรคจากการปลูกเมล่อน

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการปลูกเมล่อน พบว่า การปลูกเมล่อนมีปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ปัญหาเกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ดังนี้ โรคราน้ำค้าง เชื้อราในดิน โรคไวรัส โรคราแป้ง โรคใบจุด

4.2 ปัญหาเกี่ยวกับการเจริญเติบโต มีดังนี้ ไม่มีการเจริญเติบโตหรือเติบโตช้า ผลผลิตบิดเบี้ยว ผลผลิตแตก

อนึ่งนอกจากนี้ เกษตรกรยังได้ให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาการปลูกเมล่อน ไว้ดังนี้ อยาขอให้ทางสหกรณ์เปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้แห่งใหม่ในเขตอำเภอสอดเพราะเมล่อนเป็นพืชผลที่ไม่ค่อยนิยมปลูกในเขตอำเภอสอด และอยากให้ขยายพื้นที่ในการปลูกเมล่อนให้มากขึ้น เพื่อให้เยาวชน ชาวบ้าน ในพื้นที่ หรือเกษตรกรที่สนใจอยากปลูกเมล่อน ได้เกิดการเรียนรู้ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนของตนเองในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนในการปลูกเมล่อนของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอสอด จังหวัดตาก พบว่า กลุ่มสหกรณ์นิคมแม่สอดเป็นการปลูกเมล่อนแบบปิด มีการสร้างโรงเรือนในพื้นที่ 1 งาน หรือ 0.25 ไร่ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกเมล่อนของเกษตรกรได้มีการลงทุนในการปลูกเมล่อนครั้งแรกเท่ากับ 155,680 บาท ค่าเสื่อมราคา เฉลี่ยเท่ากับ 47,280 บาท ต้นทุนผันแปร เท่ากับ 24,987 บาท ต้นทุนคงที่ 47,280 บาท รวมต้นทุนเท่ากับ 72,267 บาท มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ เท่ากับ 680 บาท ผลตอบแทนจากการจำหน่ายเมล่อน จำนวนผลผลิต/กิโลกรัม เท่ากับ 1,100 บาท ราคาขายส่งเท่ากับ 100 บาท/กิโลกรัม จำนวนเงินที่ขายได้เท่ากับ 51,000 บาท ราคาขายปลีก เท่ากับ 80 บาท/กิโลกรัม จำนวนเงินที่ขายปลีกได้เท่ากับ 47,200 บาท รวมผลตอบแทนเท่ากับ 98,200 บาท กำไรจากการดำเนินงาน เท่ากับ 25,253 บาท มีต้นทุนผันแปรต่อหน่วย เท่ากับ 23 บาท กำไรส่วนเกินต่อ

หน่วย(ราคาขายส่ง)เท่ากับ 77 บาท จุดคุ้มทุนในการขายต่อหน่วย แบบวิธีการขายส่งเท่ากับ 614.02 กิโลกรัม กำไรส่วนเกินต่อหน่วย(ราคาขายปลีก)เท่ากับ 57 บาท และมีจุดคุ้มทุนต่อหน่วยการขายแบบปลีกเท่ากับ 825.42 กิโลกรัม ระยะเวลาในการปลูกเมล่อนใช้เวลา 75-80 วัน ซึ่งในการเก็บผลผลิตใช้ระยะเวลาสั้น จากผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนในการปลูกเมล่อนเป็นค่าที่มีความพึงพอใจ และเป็นการยืนยันว่าการลงทุนนี้เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นายศุภชัย สังข์มงคล (2562) การศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโดยเปรียบเทียบระหว่าง การปลูกแคนตาลูปแบบโรงเรือนกับการปลูกแบบเปิดใน ตำบลทัพหลวง จังหวัดอุทัยธานี ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจ การเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชา เศรษฐศาสตร์และทรัพยากร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนระหว่างการปลูกแคนตาลูปแบบเปิด กับแบบโรงเรือนในตำบลทัพหลวง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ปีการเพาะปลูก 2561 โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ สุ่มจำนวนทั้งหมด 25 ราย และรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และนำมาเลือกแบ่งเป็น 2 กลุ่มประกอบไปด้วย เกษตรที่ ปลูกแคนตาลูปแบบเปิดจำนวน 10 ราย และ เกษตรที่ ปลูกแคนตาลูปแบบโรงเรือนจำนวน 2 ราย โดยมีการกำหนดอายุ โครงการ 5 ปี และใช้ตัววัดผลทางการเงิน 3 ตัวได้แก่การชี้วัดได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) และ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ผลการวิจัยพบว่า การปลูกแคนตาลูปในตำบลทัพหลวงจะมีผลผลิต ต่อหน่วยเฉลี่ยมากที่สุด ในฤดูฝน ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไปที่มีผลผลิตมากที่สุดในฤดูร้อน อันเนื่องมาจากภูมิประเทศที่เป็นพื้นที่ลาดชัน ซึ่งเหมาะกับการปลูกในฤดูฝน โดยการปลูกแบบโรงเรือนจะมีต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 33,257.25 บาทต่อไร่ มีรายได้จากผลผลิตเฉลี่ยที่ 216,655.7 บาทต่อไร่ในแต่ละรอบการผลิต ในขณะที่การปลูกแบบเปิดจะมีต้นทุน เฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 33,286.84 บาทต่อไร่ และรายได้จากผลผลิตเฉลี่ยที่ 154,726.44 บาทต่อไร่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกปลูกเมล่อนของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์นิคมแม่สอด ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1. ด้านต้นทุนในการปลูกเมล่อน พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนในการผลิตที่ค่อนข้างสูงในตอนแรกเริ่มของการเพาะปลูก ส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร ดังนั้นเกษตรกรควรปรับเปลี่ยนจากการใช้สารเคมีเป็นสารชีวภาพก็จะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไรสุทธิให้มากขึ้นได้
2. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการปลูกเมล่อน พบว่า ภัยธรรมชาติเป็นปัญหาและอุปสรรคหลักที่ทำให้เมล่อนเกิดความเสียหาย เช่น สภาพอากาศที่แปรปรวน อาจมีผลต่อการออกผลผลิต ทำให้ผลผลิตออกมาไม่สมบูรณ์ หรือมีผลที่มีขนาดเล็ก จึงเป็นเหตุผลที่เกษตรกรหันมาปลูกเมล่อนในโรงเรือนปิด
3. ด้านการจดบันทึกข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เป็นต้นทุน รายได้และผลตอบแทนในการเพาะปลูกเมล่อนสายพันธุ์ต่าง ๆ ให้ครบถ้วน เพราะจะทำให้เกษตรกรได้ทราบถึงข้อมูลของต้นทุนต่าง ๆ ที่ใช้ในการลงทุน

และรายได้ที่แท้จริงอย่างครบถ้วน และสามารถนำไปวางแผนในการจัดการและควบคุมต้นทุนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องต้นทุนสำหรับการขยายแปลงปลูกของเกษตรกร เพราะในงานวิจัยนี้ เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนมีพื้นที่การเพาะปลูกที่ไม่มากนัก การใช้แรงงานสำหรับการปลูก การดูแลรักษา การเก็บผลผลิต และการจัดจำหน่าย ยังใช้แรงงานของเกษตรกรเอง จึงทำให้ต้นทุนในส่วนนี้เกิดขึ้นไม่มากนัก ดังนั้น จึงคำนึงค่าใช้จ่ายในส่วนนี้หากเกษตรกรมีความต้องการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น

2. ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกเมล่อนในเขตพื้นที่อำเภออื่น ๆ ของจังหวัดตาก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีเนื้อหาละเอียดครบถ้วนและชัดเจนมากขึ้น

3. ควรศึกษาแนวโน้มการบริโภคเมล่อนของจังหวัดตาก และจังหวัดใกล้เคียงในอนาคตว่าเป็นเช่นไร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการจำหน่ายของเมล่อนแต่ละสายพันธุ์

เอกสารอ้างอิง

- กัลทภรณ์ สุขเย็น. (2563). **โครงการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ในสถาบันเกษตรกร**. [Online]. Available: <https://www.banmuang.co.th/new/economy/214132> [2564, มกราคม 5].
- จุมพล สารนาถ, อรพรรณ วิเศษสังข์ และจักรพงษ์ เจริญศิริ. (2539). **คู่มือนักวิชาการภาคสนามโรคผัก**. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการเกษตร. อักษรสยามการพิมพ์.
- จงชัย เนมขุนทด. (2531). **ความเป็นมาและความสำคัญของเมล็ดอ่อน**. [Online]. Available: <https://puechkaset.com> [2563, ธันวาคม 13].
- บัว สีสลม. (2562). **เมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ**. [Online]. Available: <https://www.thairath.co.th> [2563, ธันวาคม 19].
- เบญจมาศ อภิลิทธิภิญโญ. (2556). **การบัญชีต้นทุนเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- โลจิสติกดอทคอม. (2561). **ประโยชน์ของจุดคุ้มทุน**. [Online]. Available: www.logisticafe.com, 2561 [2564, มกราคม 18].
- ศุภชัย สังข์มงคล. (2562). **การศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโดยเปรียบเทียบระหว่าง การปลูกแคนตาลูปแบบโรงเรือนกับการปลูกแบบเปิดใน ตำบล ทัพหลวง จังหวัดอุทัยธานี**. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และทรัพยากร.
- โสธญา ม่วงกรุง. (2557). **ต้นทุนการผลิตแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- เฮจ์ ชาร์ลอตต์. (2550). **ประโยชน์ของเมล็ดอ่อน**. สมุทรปราการ: เกียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด.



นวัตกรรมทางสังคม: การจัดการตนเองของชุมชน สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ณัฐภาณี บัวดี^{1,2}

บทคัดย่อ

ชุมชนถือเป็นองค์กรหนึ่งในสังคม เป็นสังคมฐานรากที่มีความสำคัญที่สามารถพัฒนาสู่ความยั่งยืนได้โดยการใช้นวัตกรรม และเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ประเทศสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบบนนวัตกรรม กระบวนการนวัตกรรม นวัตกรรมสังคม การจัดการตนเองของชุมชน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน และแสดงความเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ของการใช้นวัตกรรมสังคมการจัดการตนเองของชุมชนไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการสร้างนวัตกรรมทางสังคมของชุมชนนั้นมีกระบวนการสำคัญ 4 กระบวนการ คือ 1) การค้นหา 2) การเลือกสรร 3) การนำไปปฏิบัติ และ 4) การเรียนรู้ และนวัตกรรมนั้นต้องเกิดจากชุมชนที่อาศัยทุนทางสังคมของชุมชน ใน 6 ด้าน คือ 1) ทุนมนุษย์ 2) ทุนสังคม 3) ทุนกายภาพ 4) ทุนธรรมชาติ 5) ทุนการเงิน และ 6) ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ซึ่งทั้ง 2 ส่วนจะนำไปสู่การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นการพัฒนาที่ใช้ชุมชนเป็นฐานการพัฒนา ด้วยการส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างประสานกลมกลืนให้เป็นไปอย่างสมดุลกัน และเน้นการอยู่รอดได้ด้วยตนเอง และมีความสุขร่วมกันทั้งในระดับชุมชน สังคม ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นความยั่งยืนของคน สังคมชุมชน และประเทศ

คำสำคัญ: นวัตกรรมสังคม / การจัดการตนเองของชุมชน / การพัฒนาอย่างยั่งยืน

¹ ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Social Innovation: Community Self-Management toward Sustainable Development

Nattaphanee Buadee

ABSTRACT

Community is one of the organizations in our society. It is an important foundation society that can be developed towards sustainability through the innovation, also a key element in enabling the country to achieve the Sustainable Development Goals. This article aims as to study innovation components, innovation process, social innovation, community self-management and sustainable development to show the linking of the community self-management social innovation to the sustainable development. There are four key processes in community social innovation as 1) discovery, 2) selection, 3) implementation, and 4) learning. Innovation must come from communities that rely on the community's social capital in 6 areas as 1) human capital 2) social capital 3) physical capital 4) natural capital 5) financial capital and 6) intellectual and cultural capitals. Both parts will lead to self-management of the local community, which is a community-based development by promoting the community's strength in all dimensions, whether economically, socially, and culturally. It emphasizes the coexistence in harmony and balance, emphasizing self-sufficiency and happiness at both the community and society levels which lead to the sustainable development. It is the sustainability of people, society, community, and country.

Keywords: Social innovation / Community self-management / Sustainable development

บทนำ

“ชุมชน” เป็นสังคมฐานรากที่มีความสำคัญ มีวิถีวัฒนธรรมแตกต่าง หลากหลายตามภูมินิเวศ การพัฒนาประเทศที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาที่ถูกกำหนดมาจากข้างบนลงสู่ข้างล่าง ชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการกำหนด จึงไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงกับความต้องการของประชาชน จนก่อให้เกิดความ เปลี่ยนแปลงทั้งทาง สังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ ชุมชนอ่อนแอประสบปัญหาความยากจน สร้างความไม่ เป็นธรรม ความเหลื่อมล้ำ และความขัดแย้งเกิดขึ้นในสังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ของชุมชนถูกทำลายจน เสื่อมโทรม ประชาชนไม่มีบทบาทสำคัญทางการ เมือง ถึงแม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ได้บัญญัติ รับรองสิทธิ ชุมชน และประชาชนให้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ตามความหลากหลายของ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ตามวิถี (สถาบันพัฒนา องค์กรชุมชน, 2561)

ท้องถิ่นเป็นชุมชนพื้นฐานที่สำคัญของประเทศในการดำรงอยู่หรือสืบต่อไปแห่งสังคมที่มีการพัฒนา ขึ้นอยู่กับบริบทในท้องถิ่นโดยพื้นฐานทางสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่เป็นสังคมแห่งความสงบสุข มีความเอื้ออาทรและเป็นสังคมที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน การพัฒนาและการมีส่วนร่วมในยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่มีทิศทางขึ้นอยู่กับการ โครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ และมีความเชื่อมโยงกับมิติ การพัฒนาด้านต่าง ๆ อย่างลงตัว และการบริหารจัดการศักยภาพของทุนทางสังคม ที่มีอยู่ใน ท้องถิ่น ซึ่งมีมิติการมองว่าชุมชนท้องถิ่นที่ฉายภาพให้เห็นลักษณะของท้องถิ่นหนึ่งว่ามีฐานที่ สำคัญของ พลังท้องถิ่น ประกอบด้วย 4 ฐาน คือ ฐานทรัพยากร เครือข่ายทางสังคม ระบบความรู้ และวัฒนธรรมความ เชื่อ ซึ่งฐานที่สำคัญเหล่านี้เป็นพลังที่นำความเข้มแข็งมาสู่ชุมชนเพื่อการจัดการตนเอง โดยการจัดการตนเอง ของชุมชนนั้นเป็นกระบวนการที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพของชุมชนตนเอง ทั้งในแง่ความสามารถใน การสั่งสมประสบการณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง เพื่อพัฒนาเป็นองค์ความรู้ในการจัดการแก้ไขปัญหา ได้อย่างมี ประสิทธิภาพตามแบบฉบับของตนเอง โดยส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความมั่นใจและความ ภาคภูมิใจ ในตนเอง ซึ่งในปัจจุบันชุมชนได้พัฒนาตนเองไปสู่การสร้างและคิดค้นนวัตกรรม การจัดการตนเองที่สามารถ นำมาใช้ประโยชน์ได้จริงจนกลายเป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการตนเอง ซึ่งการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น ว่า แนวคิดและหลักการสำคัญในการจัดการ ตนเองของชุมชน เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนในยุคแห่งการ ปลดปล่อย (Liberation) ซึ่งเป็นยุคที่ให้อิสระกับประชาชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการตนเองของชุมชน มากกว่ายุค ก่อน ๆ โดยในยุคปลดปล่อยนี้เน้นให้ประชาชนได้คิดตัดสินใจในทรัพยากรของชุมชน ดังนั้น การให้ นิยามความหมายของการจัดการตนเองที่จะเกิดขึ้นได้ ต้องมีความเชื่อพื้นฐานว่า ตนเอง สามารถจัดการตนเองได้ ซึ่งเป็นรูปแบบของความสัมพันธที่ถูกจัดขึ้นภายใต้กฎเกณฑ์ของตนเองที่ ถูกสร้างสรรค์จากภายในเอง (โกวิทย์ พวงงาม, 2562)

การพัฒนาในช่วงที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาในระดับมหภาค ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนพึ่งพาภายนอกเป็นส่วนใหญ่ เน้นการทำงานแบบแยกส่วน ทำให้ชุมชนไม่สามารถที่จะ ช่วยเหลือหรือจัดการตนเองและชุมชนได้ ดังนั้น การจัดการตนเองของชุมชนเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถที่จะ

พึ่งตนเองได้นั้น ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน แต่การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นตามสิทธิชุมชนที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น การดูแลจัดการป่า หรือแพทย์พื้นบ้าน ล้วนยังไม่ได้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง การจัดการตัวเองของชุมชนท้องถิ่นที่ใช้ภูมิปัญญาแต่เดิมเริ่มถูกปิดกั้น และมีกระบวนการจัดการเชิงอำนาจจากภายนอกเข้ามามากขึ้น ดังนั้น การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นไม่ได้เปิดเสรีทั้งหมด ไม่เน้นกระบวนการชุมชนเข้มแข็งหรือพึ่งตนเอง แต่เน้นการรับบริการ รับการสงเคราะห์ แต่หากชุมชนสามารถจัดการเปิดเสรี ใช้ทรัพยากร งบประมาณในการบริหารจัดการชุมชน ชุมชนท้องถิ่นจะทำได้ดีกว่า ซึ่งหากชุมชนถอยห่างวิธีคิดเงินเป็นตัวตั้ง หรือการแปรวัฒนธรรมภูมิปัญญาเป็นสินค้า แล้วสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง การทำลายวัฒนธรรมชาติ ทำลายศักดิ์ศรีมนุษย์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาจะลดลง (นภาพรณ์ หะวานนท์ และคณะ, 2550)

การพัฒนาชุมชนนั้นหลักสำคัญที่สุดและเป็นเป้าหมายสูงสุด คือการที่จะให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีสามารถพึ่งตัวเองได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามการส่งเสริมให้ชาวบ้านพึ่งตนเองได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของชุมชนเองด้วย โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ การดำเนินงานพัฒนาควรเริ่มจากโครงการที่ไม่ใหญ่จนเกินกำลังชาวบ้าน ชาวบ้านมีศักยภาพพอที่จะดำเนินโครงการนั้นจนประสบความสำเร็จ เช่น พัฒนาดนเองและครอบครัวก่อน และในบางกรณีรัฐบาลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการนั้น อาจต้องให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านงบประมาณลงทุนให้ก่อน เช่น การสนับสนุนพันธุ์วัว ต้นกล้วยไม้ และเมื่อชาวบ้านดำเนินโครงการประสบความสำเร็จก็ขจัดใช้ทุนคืน กล่าวคือ จากการช่วยเหลือตนเอง ซึ่งภายหลังปรับเปลี่ยนมาเป็นการพึ่งตนเอง (Self-Reliance) ควรเป็นเป้าหมายและกระบวนการทำงานแบบหุ้นส่วน ที่ภาครัฐและภาคต่าง ๆ มีส่วนร่วมสนับสนุนการตัดสินใจ และการดำเนินงานของชุมชน โดยให้คุณค่าแก่ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ทรัพยากร และกระบวนการชุมชน รวมทั้งให้การสนับสนุนที่สอดคล้องกับการพัฒนาดนเองของชุมชน โดยชุมชนสามารถคงความเป็นอิสระ (Autonomy) ของตนได้ (โกวิท พวงงาม, 2562)

จากการเจริญโตทางเศรษฐกิจ นับว่าเป็นสิ่งที่ดีกับประเทศ เพราะทำให้คนในประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น ประชากรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดช่องว่างทางเศรษฐกิจเรียกว่าเป็น “ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ” ที่เกิดจากปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึงทำให้เกิดช่องว่างของคนในสังคมเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะแก้ไขปัญหานี้ จึงทำให้มีการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อสังคม ที่ช่วยลดช่องว่างหรือความเหลื่อมล้ำได้อย่างเป็นรูปธรรม และเพื่อเป็นการวางรากฐานการเจริญโตทางเศรษฐกิจให้เติบโตไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) คือ การประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการยกระดับคุณภาพชีวิต ชุมชนและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความเท่าเทียมกันในสังคม โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs)

บทความนี้ เป็นการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับ “นวัตกรรม” ที่เป็นนวัตกรรมของชุมชน ให้คนในชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงโดยอาศัยองค์ประกอบในชุมชน ที่พร้อมรับการพัฒนาดนเองสามารถทำให้ชุมชนเกิดความคิดใหม่และสร้างสรรค์เกิดเป็นกระบวนการในการแก้ปัญหา และพัฒนาชุมชนด้วยศักยภาพของชุมชนเป็นหลัก นั่นคือ “การจัดการตนเองของชุมชน” ซึ่งนั่นถือเป็น “นวัตกรรมทางสังคม” ดังนั้น เนื้อหาของบทความจึงประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตนเองของ

ชุมชน นวัตกรรมทางสังคมการจัดการตนเองของชุมชน การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่การสังเคราะห์ทำให้ได้เนื้อหาในส่วนสุดท้ายคือบทสรุป รูปแบบนวัตกรรมทางสังคม: การจัดการตนเองของชุมชนสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ความหมายของนวัตกรรม

การศึกษาเกี่ยวกับ “นวัตกรรม (Innovation)” ได้มีการศึกษาและกล่าวถึงมาเป็นระยะเวลาค่อนข้างนานแล้ว แต่การให้คำนิยามหรือความหมายของนวัตกรรม ตลอดจนความเข้าใจสิ่งที่เป็นนวัตกรรมยังมีความแตกต่างกัน ตามมุมมองและภูมิหลังของนักวิชาการแต่ละคน (Gopalakrishnan & Bierly, 1997) ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม อีกทั้งนักวิชาการหลายกลุ่มได้สนใจศึกษานวัตกรรมมากขึ้น โดยให้ความหมายของนวัตกรรมไว้หลากหลาย ทั้งในเชิงของภาคธุรกิจและภาคสังคม

ในส่วนของภาคธุรกิจ (Marina, 2007) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า “เป็นการสร้างความรู้และความคิดใหม่ เพื่อให้ผลลัพธ์ใหม่ทางธุรกิจ ซึ่งให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจภายในองค์กร (Internal Business Process) และโครงสร้างธุรกิจ เพื่อสร้างสินค้าและบริการที่สร้างขึ้นตามความต้องการของตลาด” ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ ที่ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม (Innovation) คือ การปรับใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่กระบวนการผลิตใหม่การตลาดหรือรูปแบบองค์กรใหม่ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่าในแง่ของผลประโยชน์ด้านการเงิน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและควมมีประสิทธิภาพ (European Parliament Research Service, 2016)

สำหรับความหมายในภาคสังคม ในเชิงการการนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนา สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2562) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้การส่งเสริม และพัฒนานวัตกรรมของประเทศ ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม คือ “การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อก่อให้เกิดคุณค่า” ซึ่งสอดคล้องกับความหมายที่ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม หมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม”

ซึ่งหากพิจารณาความหมายข้างต้น จะพบว่าสิ่งที่ถูกกล่าวถึงเมื่ออธิบายถึงนวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ กระบวนการใหม่ คิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ประสบการณ์ เกิดประโยชน์ มีคุณค่า ดังนั้นความหมายของนวัตกรรม ตามทัศนคติของผู้เขียน หมายถึง สิ่งใหม่ กระบวนการใหม่ที่มีคุณค่า ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับประสบการณ์ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

องค์ประกอบของนวัตกรรม

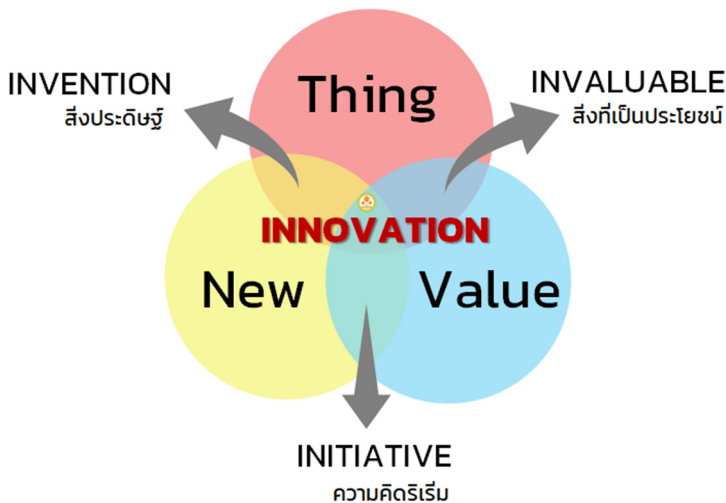
จากประเด็นที่เป็นแก่นหลักสำคัญของคำนิยาม สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ (2553) ได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม จากนักวิชาการในต่างประเทศที่มีชื่อเสียง และมีมุมมองที่แตกต่างกันตามภูมิหลังของแต่ละคน ได้องค์ประกอบของนวัตกรรมอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดซ้ำใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

จากองค์ประกอบของนวัตกรรมที่ผู้เขียนได้นำมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ วีรินยาอร เหลืองบริบูรณ์ (2564) ได้นำเสนอนวัตกรรมตามแนวทางของ EasyInnovation ว่าเกิดจากองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 3 นั้น สามารถนำมาเขียนโดยใช้คำที่สามารถเข้าใจได้ง่าย 3 คำ ได้แก่ Thing + New + Value เมื่อ 3 คำนี้รวมกัน จะทำให้เกิดเป็นนวัตกรรม (Innovation) ที่เป็นสิ่งที่มีความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นสิ่งประดิษฐ์ (Invention) และเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ (Invaluable) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของนวัตกรรม ตามแนวทาง #EasyInnovation

ที่มา: วีรินยาอร เหลืองบริบูรณ์ (2564)

นวัตกรรมในนิยามตามแนวทางของ EasyInnovation คือ สิ่งสร้างสรรค์ พัฒนา ปรับปรุงขึ้นมาใหม่ และเกิดคุณค่า/ประโยชน์ โดยจะเป็นนวัตกรรมในระดับไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับระดับของนวัตกรรม และเป็นนวัตกรรมประเภทไหนนั้นก็กลับมาดูที่ “THING” นั่นเอง

สำหรับ “THING” หากแปลความหมายตามพจนานุกรม จะมีความหมายว่า สิ่งของ สิ่งที่เกิดขึ้น รายละเอียด จุดประสงค์ งานที่ต้องทำ สำหรับแนวทางนี้ “THING” แทนความหมายของสิ่งที่ทำให้เกิดขึ้นมาเรียบร้อยแล้ว ดำเนินการทำออกมาแล้ว โดยแบ่งออกเป็นประเภทย่อยที่สุดได้ 4 ประเภท คือ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) กระบวนการ (Process) 3) การบริการ (Service) และ 4) รูปแบบธุรกิจ (Business Model) ดังนั้น ขอบข่ายของนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “THING” สามารถเป็นได้ทั้งสินค้า บริการ กระบวนการ หรือ โมเดลต่าง ๆ ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

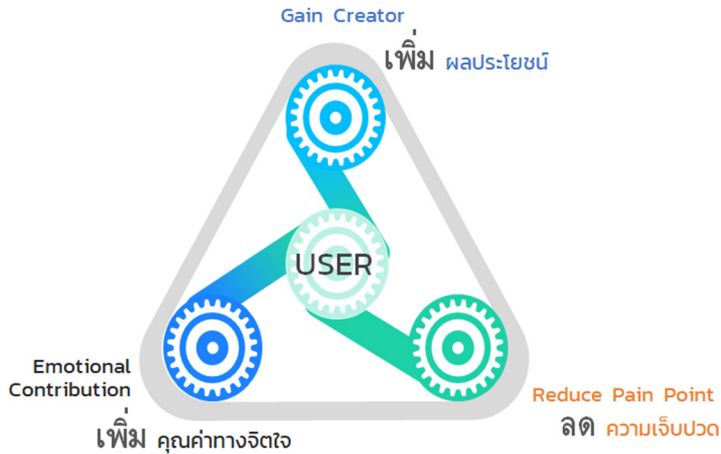
“NEW” หมายถึง ความใหม่ แต่ถ้าพูดคำว่าใหม่เพียงอย่างเดียวอาจจะเกิดการถกเถียงกันถึงความใหม่ในแต่สถานการณ์ บริบท และพื้นที่ว่าใหม่ของฉันแต่อาจจะไม่ใหม่ของเธอ ใหม่ของประเทศแต่อาจจะไม่ใหม่สำหรับโลกใบนี้ จึงเป็นข้อถกเถียงกันเสมือนว่านวัตกรรมต้องใหม่แค่ไหน จึงจะเรียกว่านวัตกรรม สำหรับความใหม่นั้น จึงได้หยิบมามาตรฐานที่สามารถอ้างอิงให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น คือ BS-7000 : 2008 หรือเรียกชื่อเต็มว่า British Standard 7000 – 2008 : Managing Innovation ซึ่งได้อธิบายนิยามของคำว่า “ใหม่” ไว้ว่ามี 9 ระดับด้วยกัน ได้แก่ 1) ใหม่สำหรับตนเอง (New to an Individual) 2) ใหม่ระดับแผนก (New to Department) 3) ใหม่ระดับส่วน (New to Site) 4) ใหม่ระดับองค์กร (New to Organization) 5) ใหม่ระดับตลาด (New to Market) 6) ใหม่ระดับอุตสาหกรรม (New to a sector/ industry) 7) ใหม่ระดับประเทศ (New to a country) 8) ใหม่ระดับภูมิภาค (New to a region) และ 9) ใหม่ระดับโลก (New to the world) ซึ่งใหม่ความใหม่ที่แตกต่างกันนั้นแสดงให้เห็นถึงระยะเวลาในการพัฒนานำเสนอ หรือการได้มาซึ่งรางวัล หรือสิ่งตอบแทนที่แตกต่างกัน และเป็นระดับของนวัตกรรมที่แตกต่างกันอีกด้วย

ดังนั้นระดับความใหม่ของนวัตกรรม มีได้หลายระดับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับอุตสาหกรรมแต่ไม่ใหม่ในประเทศ ก็อาจเรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรมในระดับอุตสาหกรรมนั่นเอง หรือบางครั้งการสร้างสิ่งประดิษฐ์ที่ช่วยแก้ไขปัญหาของตัวเองในแบบที่ยังไม่เคยทำมาก่อน ก็เรียกว่าได้ว่าเป็นนวัตกรรมระดับบุคคล (ใหม่สำหรับผู้ นั้น) ได้เช่นกัน

“VALUE” “คุณค่า” คือ กลุ่มค่าสำคัญที่ขาดไม่ได้ สำหรับนิยามของนวัตกรรม นั่นคือ สิ่งใหม่นั้นจะเกิดคุณค่าได้จริงก็ต่อเมื่อมีผู้นำไปใช้งาน (User) แล้วเท่านั้น หรือในอีกแง่คือ มีผู้ใช้งานหรือผู้ที่ได้ประโยชน์จากสิ่งนั้น (THING) นั่นเอง โดยสามารถพิจารณาคุณค่าเบื้องต้นจากสามเหลี่ยม “Value to Customer” ว่ามีคุณค่าอยู่ 3 ประเภทที่ลูกค้าต้องการ (ดังแสดงในภาพที่ 2) ได้แก่

- 1) Gain Creator การได้รับผลตอบแทน/ ประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น มากขึ้น
- 2) Reduce Pain Point การลดความเจ็บปวด หรือปัญหาที่เกิดขึ้น โดยสามารถมองให้ละเอียดขึ้น เป็น 4 มิติของปัญหา ได้แก่ 1) Man (คน) 2) Machine (เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์) 3) Material (วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้) และ 4) Method (กระบวนการ วิธีการ)

3) Emotional Contribution การสร้างอารมณ์ร่วม หรือคุณค่าบางอย่างให้เกิดขึ้นได้ในใจของลูกค้า หรือผู้ใช้งาน



ภาพที่ 2 คุณค่า 3 ประเภทที่ลูกค้าต้องการ
ที่มา: วิรินยาอร เหลืองบริบูรณ์ (2564)

กระบวนการนวัตกรรม

กระบวนการนวัตกรรม จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และเจริญเติบโตต่อไปได้ ซึ่งกระบวนการประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ ๆ หลายประการ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553)

1. การค้นหา (Searching) เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อตรวจจับสัญญาณของทั้งโอกาสและอุปสรรค สำหรับการนำไปสู่จุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
2. การเลือกสรร (Selecting) เป็นการตัดสินใจเลือกสัญญาณที่สำรวจพบเหล่านั้น เพื่อจะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร ทั้งนี้การเลือกสรรจำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับหลักกลยุทธ์ขององค์กร
3. การนำไปปฏิบัติ (Implementing) เป็นการแปลงสัญญาณที่มีศักยภาพ ไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นและนำสิ่งเหล่านั้นออกเผยแพร่สู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่สัญญาณที่ว่า ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้นหากแต่จะเกิดขึ้น ด้วยการดำเนินงานขั้นตอนที่สำคัญอีก 4 ประการ ดังนี้

3.1 การรับ (Acquiring) คือ ขั้นตอนของการนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมขึ้น เช่น การสร้างสรรค์สิ่งใหม่จากกระบวนการทางวิจัยและพัฒนา (R&D), การทำวิจัยทางการตลาด รวมไปถึง การได้รับองค์ความรู้จากแหล่งอื่น ๆ โดยการถ่ายทอดทางเทคโนโลยี (Technology Transfer) หรือ การค้นคว้าร่วมกันในเครือพันธมิตร (Strategic Alliance) เป็นต้น

3.2 การปฏิบัติ (Executing) คือ ขั้นตอนของการนำโครงการดังกล่าวสู่การปฏิบัติงานภายใต้สภาพของความไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยทักษะการแก้ปัญหา (Problem-Solving) ตลอดเวลา

3.3 การนำเสนอ (Launching) คือ การนำนวัตกรรมที่ได้ออกสู่ตลาด โดยอาศัยการจัดการอย่างเป็ระบบเพื่อให้วัตกรรมนั้นสามารถเป็นที่ยอมรับจากตลาดได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกของการนำออกสู่ตลาด

3.4 การรักษาสภาพ (Sustaining) คือ การรักษาสถานะภาพการยอมรับจากตลาด ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปและคงอยู่ให้นานเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งอาจจะต้องนำวัตกรรมนั้น ๆ กลับมาปรับปรุงแก้ไขในแนวความคิดหรือทำการเริ่มใหม่ตั้งแต่ต้น (Reinnovation) เพื่อให้ได้วัตกรรรมที่ลึกพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

4. การเรียนรู้ (Learning) เป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรควรที่จะศึกษาและเรียนรู้ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการทางวัตกรรรมเพื่อก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่แข็งแกร่ง และสามารถนำไปใช้พัฒนาวิธีการสำหรับจัดการกับกระบวนการทางวัตกรรรมเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

จากความหมายของวัตกรรรม ที่ผู้เขียนได้ให้ความหมายไว้ว่า คือ สิ่งใหม่ กระบวนการใหม่ที่มีคุณค่าที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับประสบการณ์ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม แสดงให้เห็นว่าวัตกรรรมสามารถเกิดขึ้นได้จากทั้งระดับบุคคล ชุมชน สังคม ระดับชาติ และนานาชาติ เพราะความใหม่จะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ บริบท ในแต่พื้นที่ สิ่งนั้นจึงถือเป็นวัตกรรรมในพื้นที่นั้น ๆ โดยมีการนำสิ่งใหม่ หรือกระบวนการใหม่ไปใช้ เพื่อแก้ปัญหา และทำให้เกิดคุณค่าได้ ซึ่งหากเป็นการคิดวัตกรรรมระดับชุมชน เมื่อสังเกตจากกระบวนการ 4 ประการ ได้แก่ การค้นหา การเลือกสรร การนำไปปฏิบัติ และการเรียนรู้ จะพบว่าชุมชนต่าง ๆ จะถือเป็นองค์กรในสังคม ดังนั้น คนในชุมชนจึงต้องดำเนินการร่วมกันทั้ง 4 ประการ เพื่อให้เกิดการยอมรับในวัตกรรรมที่คิดค้นขึ้นใหม่ และพร้อมนำไปใช้ทั้งองค์กรหรือทั้งชุมชน จึงจะสามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาชุมชนได้ และประเด็นสำคัญคือ คนในชุมชนต้องมีการเรียนรู้จากการใช้วัตกรรรมนั้น เพื่อจะต่อยอดวัตกรรรมเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดการจัดการตนเองของชุมชน

นิยาม/ความหมาย ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (2554) ได้ให้ความหมายและ รายละเอียดการจัดการตนเองได้ดังต่อไปนี้
อันจะประกอบด้วย

ชุมชนท้องถิ่น = ตำบล อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค ภูมิภาค

จัดการตนเอง = บริหารจัดการทุน (คน องค์กรชุมชน ทรัพยากร ฯลฯ) เพื่อแก้ไข ปัญหา และพัฒนาชุมชนตนเองไปสู่เป้าหมายอย่างยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่นมีจิตสำนึก สาธารณะ รู้ เป้าหมาย เชื่อมมั่นวิถีและพลังชุมชน มีความสามารถในการจัดการชุมชนและจัดความสัมพันธ์กับ ภาคี ใช้แผนการจัดการความรู้ และทุนชุมชนแก้ไขปัญหา และพัฒนาตนเองทุกด้านอย่างเป็น ระบบ เพื่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น หรือ “ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง” เป็นแนวคิดของการพัฒนาที่ใช้ชุมชนเป็นฐานการพัฒนา (Community-Based Development Approach) ด้วยการส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างประสาน

กลมกลืนให้เป็นอย่างสมดุลกัน และเน้นการอยู่รอดได้ด้วยตนเอง และมีความสุขร่วมกันทั้งในระดับชุมชน สังคม ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นความยั่งยืนของคนและสังคมชุมชน

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยการดำเนินงานอย่างบูรณาการ” ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (2565) ได้กล่าวถึงการให้ความหมายของการจัดการตนเองของเดคเคอร์ (Decker) ไว้ว่า การจัดการตนเองต้องไม่ได้เกิดขึ้นจากการถูกควบคุมจากกฎ ข้อบังคับที่ถูกลงมาจากบนลงล่าง (Top-Down Rules) โดยภาครัฐแต่ให้ความสำคัญกับการกระทำของสังคมที่เป็นชุมชนท้องถิ่นและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคม ที่นำไปสู่ระบบการสรรค์สร้างรูปแบบและโครงสร้างที่จัดระเบียบขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เป็นพลวัต

แนวคิดทฤษฎีการพึ่งตนเอง (A Theory of Self-Reliance)

เป็นแนวคิดในการพัฒนาชุมชนที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อปลดปล่อยพันธนาการต่าง ๆ ที่คน กลุ่มคน หรือชุมชนยึดติดอยู่ โดยสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2550) กล่าวว่า การพึ่งตนเอง (Self-Reliance) หมายถึง ความสามารถในการดำรงตนอยู่ได้อย่างมั่นคงสมบูรณ์ การพึ่งตนเองได้มีทั้งระดับปัจเจกชนและระดับชุมชน คำว่า “การพึ่งตนเองระดับชุมชน” หมายถึง กลุ่มคนที่มีการกระทำ ร่วมกันอยู่เสมอ ตามกฎระเบียบของสังคม เพื่อบรรลุเป้าหมายของแต่ละคนหรือเพื่อเป้าหมายร่วมกัน การที่ชุมชนมี ความสามารถในการพึ่งตนเองได้นั้น จะต้องพึ่งตนเองให้ได้ 5 ประการ ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นเป้าหมายในการพัฒนาแบบพึ่งตนเองอย่างหนึ่ง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ จิตใจ และสังคม (Technology, Economic, Resource, Mental, Social - TERMS) โดยกระบวนการมีส่วนร่วม นับเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาในทุกระดับ เป็นกลไกสำคัญในการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การเป็นชุมชนพึ่งตนเอง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การ ติดตามประเมินผลในกิจกรรม/โครงการของชุมชน เป็นการสร้าง/ปลูกฝังจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของกิจกรรม/โครงการ ปัจจุบันแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา (People Participation of Development) ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนาทุกภาคส่วนหรือในลักษณะเบญจภาคี ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ และประชาชน รวมพลังกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าว กระบวนการมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการหนึ่งจะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาจิตสำนึกความเป็นชุมชน จนกระทั่งสร้างความรักความหวงแหนชุมชนซึ่งอาจจะกลายเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชุมชนท้องถิ่นในภาพรวมได้ในอนาคต (โกวิทย์ พวงงาม, 2562)

การจัดการต้นทุนในชุมชน

พระปลัดประจักษ์ สุภาโต และคณะ (2563) ได้กล่าวถึงการจัดการทุนทางสังคม ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ชุมชนต้องมีการจัดการเพื่อการพัฒนาชุมชนโดยพึ่งพาตนเอง และนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยต้นทุนที่ชุมชนต้องมีการจัดการประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1. ทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ (knowledge) ภายในชุมชนมีความรอบรู้ มีทักษะ ความคล่องแคล่ว รู้จักขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อให้สำเร็จลุล่วงในเรื่องที่ตนเอง

และมีความสามารถเฉพาะตัวหรือพรสวรรค์ ความรู้ความชำนาญด้านต่าง ๆ ของคนทุกเพศทุกวัยในชุมชน เช่น ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านภูมิปัญญา สามารถดำรงชีพอยู่ได้โดยราบรื่นไม่เดือดร้อนและสามารถหาปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีพมาได้ด้วยความสามารถของตนเอง ไม่เป็นภาระให้ผู้อื่น ร่วมกันสร้างเสริมและใช้ประโยชน์ทางสังคมระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพทางสังคม อันเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ

2. ด้านทุนสังคม (Social Capital) เป็นความไว้วางใจ การยอมรับซึ่งกันและกันของคนใน ชุมชน กลุ่มองค์กร เครือข่ายภาคประชาชน ภาคประชาสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ชุมชน ตลอดจนความเชื่อถือ ศรัทธาและวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน ที่เรียกว่า บวร ประกอบด้วย 1) สถาบันทางสังคม (บ้าน) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน รวมทั้งระบบกลไกในการบริหารที่มาจากรัฐ ในรูปอื่น ๆ 2) สถาบันศาสนา เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน 3) สถาบันการศึกษา ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ อาจารย์ ครุภัณฑ์วิชาการ และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงองค์กรทางการศึกษาอื่น ๆ ที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน 4) องค์กรเผยแผ่ ของคณะสงฆ์และกรมการศาสนา ศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สร้างเครือข่ายทาง สังคมที่เข้มแข็ง มีการแบ่งปัน ช่วยเหลือเกื้อกูล ร่วมกันถ่ายทอดเทคโนโลยีและคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้าง นวัตกรรม ในรูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ภายใต้แนวคิดและการปฏิบัติที่มุ่งหวัง ประโยชน์ ในระยะยาว เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

3. ด้านทุนกายภาพ (Physical Capital) ประกอบด้วยสิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวก ต่อการดำเนินชีวิต หรือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการผลิตที่สนับสนุนการดำรงชีพของประชาชน หรือสิ่งปลูกสร้าง ต่าง ๆ ประกอบด้วย สถาบันการศึกษา สถาบันและองค์กรทางศาสนา พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ศูนย์การ เรียนรู้ของ ชุมชน สาธารณสุข สถานสงเคราะห์ ที่พักสายตรวจชุมชน จุดบริการอินเทอร์เน็ตชุมชน ไฟฟ้าแสงสว่างใน หมู่บ้าน และแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำ คู คลอง บ่อน้ำสาธารณะ รวมถึงด้านสาธารณูปโภค ด้านอื่น ๆ เช่น สะพาน ถนนลาดยางภายในหมู่บ้าน เป็นทุนทาง สังคมพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกกับคน ในชุมชนด้านการอุปโภคและบริโภค

4. ด้านทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของชุมชน

5. ด้านทุนการเงิน (Financial Capital) ทรัพยากรที่เป็นตัวเงิน รวมถึงโอกาสทางการเงินที่ ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ ได้แก่ ทุนทางการเงินที่มาจากออม กลุ่มสหกรณ์และแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ภายในชุมชน

6. ด้านทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม (Cultural Capital) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชน ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มีผู้เชี่ยวชาญพื้นถิ่น กระจายอยู่ทั่วชุมชน ซึ่งสามารถนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ของผู้ทรงภูมิปัญญาในชุมชนมาพัฒนา สร้างสรรค์ ผลิตภัณท์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณท์พื้นถิ่น ด้านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาพื้นบ้านของชุมชน

กระบวนการการดำเนินการเพื่อเป็น “ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง”

อุดมศรีศิริ ลักษณะพร และคณะ (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการภายในชุมชน ที่จะส่งผลให้เป็น “ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง” จากความเห็นผู้นำชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

พื้นที่ที่มีการจัดการตนเองมีองค์ประกอบสำคัญที่เป็นกระบวนการสำคัญที่เป็นวิธีที่จะสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง ซึ่งสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (2554) ได้ให้ข้อสรุปไว้ในเอกสาร “ข่าวชุมชน: ปฏิรูปประเทศไทย ให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง” ดังนี้

1. ใช้ผู้นำชุมชน คนรุ่นใหม่ และกระบวนการกลุ่ม พุดคุยสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างจิตสำนึกอุดมการณ์ ทำความเข้าใจเป้าหมายร่วมของชุมชน และใช้หลักความเชื่อ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา เป็นตัวเชื่อมโยงให้คนเข้ามาร่วมกัน โดยเริ่มต้นการรวมตัวจาก กลุ่มเล็ก ๆ ขยายเป็นเครือข่าย และภูมินิเวศน์

2. สำรวจปัญหา ศึกษาข้อมูลชุมชนและวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง จัดทำผัง แผนที่การใช้ทรัพยากรร่วมของตำบล และปรับปรุง/ปรับแผนของชุมชนให้เป็นแผนที่มีชีวิต เป็น แผนที่พัฒนาของตำบลที่สามารถทำได้จริง

3. กำหนดประเด็นปัญหาร่วมที่เกิดขึ้นจากข้อมูลจริงในพื้นที่ด้านทรัพยากร สวัสดิการ การจัดการที่ดิน ที่อยู่อาศัย กลุ่มอาชีพ ฯลฯ ยกระดับเป็นเป้าหมายร่วม เป็นเครื่องมือ ของชุมชนท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหา สร้างการมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงภาคี

4. ใช้สภาองค์กรชุมชนที่เป็นของทุกคน ทุกขบวนชุมชนในตำบลเชื่อมโยงคนใน ตำบลและภาคีร่วมพัฒนาและเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนงาน ในพื้นที่ตำบล จังหวัด กำหนด ทิศทาง เป้าหมาย ทำแผนและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นด้วยตนเอง

5. สร้างพื้นที่รู้ปรธรรม ให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ ที่สามารถให้ชุมชนอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ เข้ามาเรียนรู้ได้ โดยพัฒนาองค์ความรู้ ชุมชนที่หลากหลายขยายองค์ความรู้ ยกระดับสู่หลักสูตรชุมชน

6. ประสานภาคีสร้างระบบการทำงานร่วมกันของท้องถิ่น อำเภอ สร้างกลไกร่วมระดับตำบล

7. กรณีชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองระดับจังหวัดนอกจาก ดำเนินการตามวิธีข้างต้น ต้องมีแผนการพัฒนาระดับเมืองร่วมกัน จัดวางบทบาทให้ชัดเจนระหว่างท้องถิ่น ภาคี และชาวบ้าน และ เชื่อมโยงการทำงานชุมชนกับมิติการทำงานด้านอื่น ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ อาทิ ชนเผ่า ฯลฯ โดยใช้กลไกการดำเนินงานระดับจังหวัด

8. ใช้สถานการณ์ปัญหาหารือ ปัญหาร่วม เป็นเครื่องมือรวมกลุ่มคน จัดกระบวนการเรียนรู้ จุดประกายความคิดให้กับคนในชุมชน ขยายการทำงานให้ครอบคลุมเชิงพื้นที่ และเปิดเวทีนำเสนอข้อมูลกับ คนในชุมชนส่วนใหญ่

9. นำข้อมูลที่มีอยู่แล้วในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ พัฒนาระบบข้อมูล สำรวจข้อมูลชุมชนที่สำคัญ ใช้ งานวิจัยเป็นเครื่องมือศึกษา ความรู้เชิงลึกของชุมชน และจัดทำตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาชุมชน

10. จัดทำแผนงานโครงการแก้ไขปัญหา บูรณาทุนภายในชุมชน บูรณาการแผนงานร่วมหลายภาคส่วนในท้องถิ่น โดยจัดระบบการทำงาน/มีกลไกร่วมพัฒนา เน้นองค์กรชุมชนเป็นหลักในการปฏิบัติ หน่วยงาน/ภาคี เป็นผู้สนับสนุน

11. พัฒนาผู้นำชุมชนรุ่นเก่า และสร้างผู้นำรุ่นใหม่ให้มี ความรู้ ทักษะและความสามารถ ในการแก้ไข ปัญหาและพัฒนา และใช้แผนชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน

12. นำบทเรียนชุดองค์ความรู้ของชุมชนสื่อสารสู่สาธารณะ และบรรจุเป็นหลักสูตรการศึกษาใน โรงเรียนประจำหมู่บ้าน/ชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้นในแนวคิดการจัดการตนเองของชุมชน “ชุมชน” ซึ่งถือเป็นองค์การ จะมีความสามารถในการจัดการตนเองเพื่อเป็นชุมชนพึ่งตนเองได้นั้น จะต้องมีปัจจัยนำเข้าที่มีศักยภาพ นั่นคือ ต้นทุนเพื่อเป็น **ทุนของชุมชน**ในการบริหารจัดการใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทุนมนุษย์ 2) ทุนสังคม 3) ทุนกายภาพ 4) ทุนกายภาพ 5) ทุนการเงิน และ 6) ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยชุมชนมีกระบวนการแปรสภาพของ ปัจจัยนำเข้าอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ปัจจัยนำออกที่มีคุณภาพ ตามความต้องการของชุมชน โดยใช้กระบวนการการดำเนินการเพื่อเป็น **“ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง”** ใน 12 ขั้นตอนข้างต้น ซึ่งนั่นคือคำตอบของการเป็นชุมชนพึ่งตนเอง รวมทั้งต้องตรวจสอบผลสะท้อนกลับ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาในทุกๆขั้นตอน

นวัตกรรมทางสังคมการจัดการตนเองของชุมชน

“นวัตกรรมทางสังคม” ที่หลายฝ่ายต่างพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ปัญหาที่ได้พบเจอ ดังนั้นคำว่า “นวัตกรรมทางสังคม” จึงเป็นอีกหนึ่งหัวข้อที่จะมีบทบาทและถูกพูดถึงอย่างมากในอนาคต เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมา เพื่อรับมือปัญหาด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ในวันที่ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมทางสังคมและความยั่งยืนเป็นแนวคิดที่จะทำให้เข้าใจความเป็นไป และบริหารจัดการ ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และที่สำคัญจะทำให้สามารถจัดการสิ่งเหล่านั้นได้อย่างยั่งยืน จะกลายเป็นสิ่งสำคัญของโลกยุคใหม่ ที่จะไต่ย่นค่าเหล่านี้บ้อยขึ้นหลายเท่าตัว (BrandThink, 2021)

นวัตกรรมทางสังคมเป็นแนวความคิด และการดำเนินการเพื่อนำเสนอการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตาม ความต้องการของชุมชน จากที่กล่าวมาแล้ว นวัตกรรมนั้นจะต้องประกอบด้วยปัจจัยเหล่านี้คือ ความใหม่ที่ไม่ เคยมีมาก่อน การมีคุณค่าในตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าเชิงพาณิชย์ (ขายได้ราคาที่ดีกว่า) คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (สร้างผลตอบแทนที่ดีกว่า) หรือคุณค่าเชิงสังคม (สร้างสังคมให้ดีขึ้น) และต้องได้รับการยอมรับมีการนำไปใช้ อย่างแพร่หลายในวงกว้าง ส่วนค่านวัตกรรมทางสังคม หมายถึง วิธีการ หลักการ แนวความคิดและโครงสร้างที่ เป็นที่ต้องการของสังคม อาทิ ระบบการศึกษา การพัฒนาชุมชน และสุขภาพ รวมไปถึงการเสริมสร้างสังคมที่มี อารยธรรม (กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรันยา แสงลี้มสุวรรณ, 2555).

เมื่อนำคำว่า “นวัตกรรม” มาผนวกรวมกับคำว่า “สังคม” ก็จะเกิดเป็น “นวัตกรรมเพื่อสังคม” ซึ่งจะมี ความหมายและบริบทแตกต่างไปจากนวัตกรรมปกติ นวัตกรรมทางสังคม คือ สิ่งใหม่ที่สร้างขึ้นมาจาก ความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็น กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อแก้ไขและ ตอบสนองต่อปัญหาทางสังคม นอกจากนี้ยังต้องสามารถที่จะแพร่กระจายไปยังสังคมอื่น ๆ ได้โดยที่นวัตกรรม เพื่อสังคมนั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 อย่างได้แก่ 1) มีความใหม่และตรงตามความต้องการของ

สังคม 2) เกิดขึ้นได้จริงและสามารถแพร่กระจายไปสู่สังคมได้และ 3) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในสังคม (ซึ่งนฤทัย กาญจนะจิตรา และวาสนา อิมเอม, 2546)

เมื่อก่อนการแก้ไขและเข้าถึงปัญหาทางสังคมนั้นจะเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องเข้าไปแก้ไขเยียวยา และสร้างความเป็นธรรมขึ้นมาในสังคม แม้องค์กรของรัฐนั้นถือเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่และมีอำนาจในการสร้างความเปลี่ยนแปลงได้มากแต่ก็ขาดความคล่องตัวและความเข้าใจ ทำให้การแก้ปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นล่าช้า และไม่ตรงจุด ส่งผลให้สภาพสังคมไม่เกิดการพัฒนาอย่างที่ควรจะเป็น ปัจจุบันภาคเอกชนหลายแห่งได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวและลงมาช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรม จึงทำให้เกิดองค์กรเอกชนต่าง ๆ มากมาย เช่น มูลนิธิ สหกรณ์ และองค์กรการกุศลต่าง ๆ ซึ่งองค์กรดังกล่าวสามารถที่จะเข้าถึงปัญหาทางสังคมได้ดีกว่าภาครัฐแต่ก็ยังขาดความยั่งยืนเนื่องจากกิจการขององค์กรที่ต้องผูกติดรายได้กับการบริจาคทำให้ความต่อเนื่องของกิจกรรมเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมเป็นหลัก แต่มีกระบวนการจัดการระหว่าง รายได้ที่เกิดขึ้น (profit) ชุมชน (people) และสิ่งแวดล้อม (planet) ให้มีความสมดุลกัน

แม้ปัจจุบันจะมีองค์กรเอกชนหลาย ๆ แห่งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาสังคมให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น แต่การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสังคมนั้นจะเกิดขึ้นได้ยากหากขาดซึ่งการสนับสนุนจากเจ้าภาพหลัก ซึ่งนั่นก็คือภาครัฐ เพราะการแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืนนั้นต้องมีการผลักดันให้เกิดการสร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการเกิดนวัตกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่องซึ่งบริบทที่จะทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสังคมนั้นอาจจะแบ่งย่อยได้ถึง 3 หัวข้อซึ่งได้แก่

1. การเกื้อหนุนให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งการจะทำให้เอกชนหันมาสนใจในการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมนั้นภาครัฐเองต้องเอื้อสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลไกการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม หรือกลไกการลดหย่อนภาษีให้กับภาคเอกชนที่ต้องการจะเข้าร่วมธุรกิจนวัตกรรมเพื่อสังคม ตลอดจนการจัดการหาช่องทางและการบ่มเพาะให้เกิดธุรกิจดังกล่าวขึ้นมา

2. การสนับสนุนให้นวัตกรรมเกิดการแพร่กระจายได้ดียิ่งขึ้น แม้จะเกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นมาเพียงใดแต่หากไม่สามารถนำนวัตกรรมดังกล่าวเข้าไปสู่ชุมชนและสังคมได้ก็ไม่ถือเป็นความสำเร็จในการแก้ปัญหาทางสังคม ซึ่งปกติแล้วนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นเรื่องยากที่จะทำให้สังคมยอมรับในวงกว้างซึ่งในกรณีนี้หากภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นการรับรองเพื่อให้เกิดการยอมรับ หรือการสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ จะส่งผลให้นวัตกรรมเกิดการแพร่กระจายและขยายผลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

3. การติดตามผลและเสริมสร้างศักยภาพของสังคมให้สามารถพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญเป็นอย่างมากเพราะการแก้ไขปัญหาทางสังคมไม่ใช่เป็นเพียงการนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเท่านั้น แต่สิ่งที่ยากที่สุดคือการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของชุมชนนั้น ๆ ให้มีความสามารถที่จะก้าวออกมาเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง ที่เป็นความยั่งยืนอย่างแท้จริงในระยะยาว

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมโดยใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จริงและทำให้เกิดประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง แต่อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน ซึ่งนวัตกรรมทางสังคมต้องเป็นสิ่งที่ตอบ

โจทย์ปัญหาของสังคม อาจอ้างอิงได้จาก 2 ปัจจัยหลัก ต้องเป็นอะไรที่ใหม่ อาจไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งถูกคิดหรือสร้างขึ้น แต่ต้องมีการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน และแก้ปัญหาอย่างเหมาะสมต้องมีความยั่งยืน (Sustainability) เพราะถ้าไม่ยั่งยืนก็ไม่สามารถตอบโจทย์ปัญหาสังคมได้นั่นเอง “การแก้ปัญหาครั้งเดียวในสังคม แบบ one-time solution อาจไม่ได้เรียกสิ่งนั้นว่าเป็นนวัตกรรมสังคม เพราะมันไม่ครอบคลุมถึงความยั่งยืน” เพราะความยั่งยืนจะทำให้การแก้ปัญหาหรือการดำรงอยู่ของสิ่งต่าง ๆ ยังคงสภาพอยู่ต่อไปได้ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เพราะฉะนั้นความยั่งยืนถึงเป็นสิ่งสำคัญ ความยั่งยืนเป็นโจทย์ที่สังคมและธุรกิจต้องคำนึงถึง เป็นการทำความเข้าใจว่ากระบวนการต่าง ๆ ส่งผลอะไรต่อโลกใบนี้ ส่งผลอะไรต่อไปในอนาคต แล้วจะอย่างไรให้สิ่งเหล่านั้นช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุดนวัตกรรมทางสังคมและความยั่งยืนกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน

การพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น เนื่องจากชุมชนคือหน่วยย่อยของสังคม เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของคนในสังคม และเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ การมีชุมชนที่สามารถดำรงวิถีชีวิตอยู่อย่างยั่งยืน ใช้ระบบการพึ่งตนเองและระบบการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันตามกระบวนการทางภูมิปัญญาในสังคมของชุมชนจากอดีต ร่วมกันพัฒนาด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตในแต่ละชุมชน ย่อมเป็นหนทางและพื้นฐานที่ดีเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาประเทศที่ดีด้วยเช่นกัน และเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนอันเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นนโยบายของรัฐบาลอันเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมองค์ความรู้ภูมิปัญญา ประยุกต์ใช้นโยบายต่าง ๆ อย่างกลมกลืน เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปสู่แนวทางปฏิบัติ นำไปสู่การดำเนินชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals)

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) คือ แนวทางการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นหลัง โดยการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ (economic growth) ความครอบคลุมทางสังคม (social inclusion) และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (environmental protection) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 17 เป้าหมาย ประกอบไปด้วย 169 เป้าหมายย่อย (SDG Targets) ที่มีความเป็นสากล เชื่อมโยงและเกื้อหนุนกัน และกำหนดให้มี 247 ตัวชี้วัด เพื่อใช้ติดตามและประเมินความก้าวหน้าของการพัฒนา โดยสามารถจัดกลุ่ม SDGs ตามปัจจัยที่เชื่อมโยงกันใน 5 มิติ (5P) ได้แก่ (1) การพัฒนาด้าน (People) ให้มีความสำคัญกับการขจัดปัญหาความยากจนและความหิวโหย และลดความเหลื่อมล้ำ ในสังคม (2) สิ่งแวดล้อม (Planet) ให้มีความสำคัญกับการปกป้องและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศเพื่อพลเมืองโลกรุ่นต่อไป (3) เศรษฐกิจและความมั่งคั่ง (Prosperity) ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและสอดคล้องกับธรรมชาติ (4) สันติภาพและความยุติธรรม (Peace) ยึดหลักการอยู่ร่วมกัน

อย่างสันติ มีสังคมที่สงบสุข และไม่แบ่งแยก และ (5) ความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อน โดยรายละเอียดของแต่ละเป้าหมาย สามารถอธิบายได้ดังนี้

เป้าหมายที่ 1 จัดความยากจน

เป้าหมายที่ 2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการสำหรับทุกคนในทุกวัย

เป้าหมายที่ 3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนทุกวัย

เป้าหมายที่ 4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียมและสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เป้าหมายที่ 5 บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรีและเด็กหญิง

เป้าหมายที่ 6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคนและมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 7 สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ย่อมเยา

เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

เป้าหมายที่ 9 สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม

เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในประเทศและระหว่างประเทศ

เป้าหมายที่ 11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุมปลอดภัย มีภูมิทัศน์ที่ทนทานและยั่งยืน

เป้าหมายที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 13 เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

เป้าหมายที่ 14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 15 ปกป้อง พื้นฟูและสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืนจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืนต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

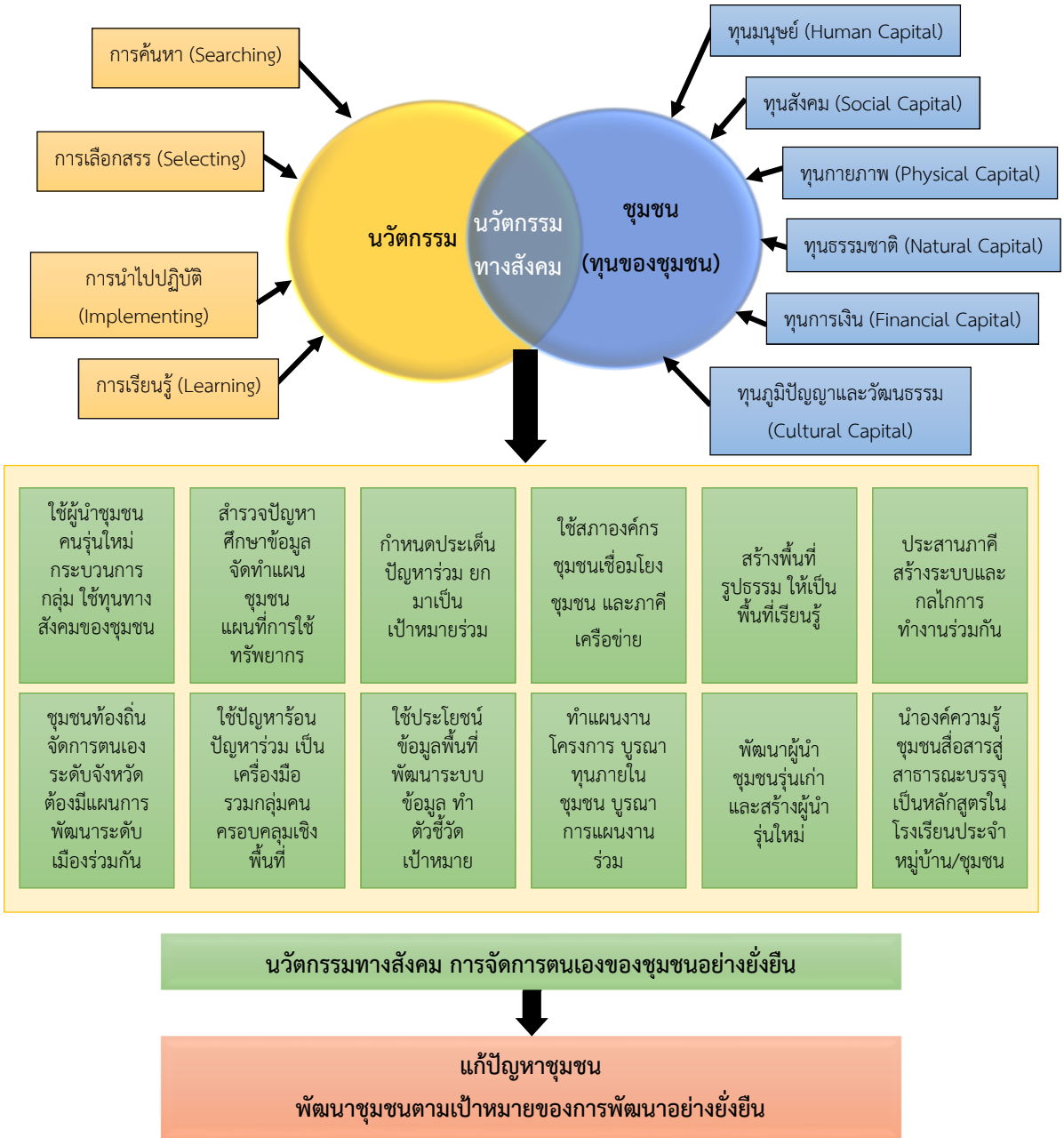
เป้าหมายที่ 16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพที่รับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ

เป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

การจัดการตนเองของชุมชนสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตามแนวทางของการพัฒนาประเทศนอกจากจะต้องให้ความสำคัญและความร่วมมือในการดำเนินตามแนวทางการพัฒนาประเทศด้วยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ โดยปัจจุบันแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นับเป็นแนวทางในการบริหารพัฒนาประเทศเพื่อให้การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นไปอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs) เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวทางที่มีความสำคัญที่จะช่วยแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนนั้น การพึ่งพาตนเองและการจัดการตนเองเป็นสิ่งสำคัญ โดยอาศัยทุนที่มีอยู่ในสังคมของชุมชน ดังนั้นในการพัฒนาของชุมชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) จึงต้องใช้ศักยภาพทุนทางสังคมของชุมชนในด้าน ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางการเงิน ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และทุนทางวัฒนธรรม มาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกัน (Field, 2003 อ้างใน พระปลัดประพจน์ สุภาภาโต และคณะ, 2563) โดยเฉพาะการสร้างฐานทางปัญญา เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนและสังคมเป็นสังคมที่มีคุณภาพ นำความรู้และจุดแข็งของอัตลักษณ์ในชุมชน มาปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรมที่เข้มแข็ง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในภูมิภาคอย่างรู้เท่าทัน สามารถจัดการ “ทุน” ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนในรูปแบบบูรณาการในเชิงสหวิทยาการ ให้สอดคล้องสมดุลกันในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางกายภาพ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคม และทุนทางธรรมชาติ ซึ่งปัจจัยทุนต่าง ๆ เหล่านี้ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพัฒนาการคุณภาพชีวิตของประชาชน ทุนทางสังคมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและยอมรับมากขึ้นในปัจจุบันว่ามีส่วนสัมพันธ์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตของประชาชน ทำให้คนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข การพัฒนาการใช้ทุนทางสังคมจึงน่าจะเป็นทางออกให้กับ การแก้ไขปัญหาของสังคมไทย ดังกล่าวข้างต้น (Luang-Ubol J, 2010)



ภาพที่ 3 นวัตกรรมสังคมการจัดการตนเองของชุมชนอย่างยั่งยืน
ที่มา: ผู้เขียน

สรุป (Conclusion)

จากเนื้อหาที่เกี่ยวกับนวัตกรรม การจัดการตนเองของชุมชน นวัตกรรมทางสังคม และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถนำมาสังเคราะห์ทำให้ได้เป็นรูปแบบ “นวัตกรรมทางสังคม: การจัดการตนเองของชุมชนสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ดังแสดงในรูปที่ 3 โดยการสร้างนวัตกรรมทางสังคมของชุมชนนั้นมีกระบวนการสำคัญ 4 กระบวนการ คือ การค้นหา (Searching) การเลือกสรร (Selecting) การนำไปปฏิบัติ (Implementing) และการเรียนรู้ (Learning) และนวัตกรรมนั้นต้องเกิดจากชุมชนที่อาศัยทุนทางสังคมของชุมชน 6 ด้าน คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนสังคม (Social Capital) ทุนกายภาพ (Physical Capital) ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ทุนการเงิน (Financial Capital) และทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม (Cultural Capital) ซึ่งทั้ง 2 ส่วน แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนนั้น จะเกิดจากการที่ชุมชนนำทุนทางสังคมที่มี ที่พร้อมเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม นำไปสู่การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาที่ใช้ชุมชนเป็นฐานการพัฒนา ผ่านกระบวนการดำเนินการชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง 12 กระบวนการ ได้แก่ 1) ใช้ผู้นำชุมชน คนรุ่นใหม่ กระบวนการกลุ่ม ใช้ทุนทางสังคมของชุมชน 2) สำรวจปัญหา ศึกษาข้อมูล จัดทำแผนชุมชน แผนที่ใช้ทรัพยากร 3) กำหนดประเด็นปัญหาพร้อม ยกมาเป็นเป้าหมายร่วม 4) ใช้สภาองค์กรชุมชนเชื่อมโยงชุมชน และภาคีเครือข่าย 5) สร้างพื้นที่รูปธรรม ให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ 6) ประสานภาคีสร้างระบบและกลไกการทำงานร่วมกัน 7) ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองระดับจังหวัด ต้องมีแผนการพัฒนาระดับเมืองร่วมกัน 8) ใช้ปัญหารื้อน ปัญหาร่วม เป็นเครื่องมือรวมกลุ่มคนครอบคลุมเชิงพื้นที่ 9) ใช้ประโยชน์ ข้อมูลพื้นที่พัฒนาระบบ ข้อมูล ทำตัวชี้วัดเป้าหมาย 10) ทำแผนงานโครงการ บูรณาทุนภายในชุมชน บูรณาการแผนงานร่วม 11) พัฒนาผู้นำชุมชนรุ่นเก่า และสร้างผู้นำรุ่นใหม่ และ 12) นำองค์ความรู้ชุมชนสื่อสารสู่สาธารณะบรรจุเป็นหลักสูตรในโรงเรียนประจำหมู่บ้าน/ชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่เป็นการจัดการตนเองของชุมชน ที่นำไปแก้ปัญหาและเกิดการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างประสานกลมกลืนให้เป็นไปอย่างสมดุลกัน และเน้นการอยู่รอดได้ด้วยตนเอง และมีความสุขร่วมกันทั้งในระดับชุมชน สังคม ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทำให้ประเทศสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ได้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรันยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน.

วารสารนักรบริหาร, 32(4), 139-146. [Online]. Available:

https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_12/index.html.

โกวิทย์ พวงงาม. (2562). การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น (พิมพ์ครั้งที่ 2). ธรรมสาร.

ชินฤทัย กาญจนะจิตรา และวาสนา อิมเอม. (2546). นวัตกรรมสังคม ทางเลือกเพื่อประเทศไทยรอด.

โรงพิมพ์ดี.

นภาพรณ์ หะวานนท์, เพ็ญสิริ จีระเดชากุล และสุรวิมล ปัดไธสง. (2550). ทฤษฎีฐานรากในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วีรินยาอร เหลืองบริบูรณ์. (2564, 5 กรกฎาคม). นวัตกรรม คือ อะไร?. [Online]. Available:

<https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/28953/> [2565, เมษายน 20].

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2554). ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง: ความหมายและตัวชี้วัดจากความเห็นของผู้นำชุมชน. *ข่าวชุมชน*, 132, 5-10. [Online]. Available:

https://www.codi.or.th/downloads/community_news/CODInews_050354.pdf.

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2561, 11 ตุลาคม). รายงานเวทีวิชาการนวัตกรรมชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. [Online]. Available:

https://web.codi.or.th/printing_media/20181011-4584/ [2565, เมษายน 31].

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2562). Innovation for the Future นวัตกรรมเพื่ออนาคต. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. [Online]. Available:

<https://nia.bookcaze.com/viewer/1407/1/%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%95%20Innovation%20for%20the%20Future>.

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2565, 23 มีนาคม). การพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยการดำเนินงานอย่างบูรณาการ. [Online]. Available:

https://web.codi.or.th/printing_media/20220323-32511/ [2565, เมษายน 31].

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธ์ธีรพงษ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประจวบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม:

ความหมาย ประเภท ความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49-65.

[Online]. Available: <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba128/Article/JBA128Somnuk.pdf>.

สัณญา สัณญาวิวัฒน์. (2550). ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 12).

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **เกี่ยวกับ SDGs**. [Online]. Available: <https://sdgs.nesdc.go.th/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A-sdgs/> [2565, เมษายน 3].
- อุดมศรี ศิริลักษณ์พร, รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน และไพฑูมพล นิมฉลิม. (2554). **ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง: ความหมายและตัวชี้วัดจากความเห็นของผู้นำชุมชน**. ข่าวชุมชน, 132, 5-10. [Online]. Available: https://www.codi.or.th/downloads/community_news/CODInews_050354.pdf
- BrandThink. (2021, 21 Oct.). **นวัตกรรมทางสังคมและความยั่งยืน' สิ่งสำคัญที่ตอบโจทย์โลกอนาคต หลังโควิด-19 และสาขาใหม่ของ มธ. ที่เจาะลึกเรื่องนี้**. [Online]. Available: <https://www.brandthink.me/content/tu/?fbclid=IwAR1m-9LXMXH1qQafGvcNyjNufq-HzzyelxAbYsPvC6slYSKxVUWBV9rFmMI> [2565, เมษายน 20].
- European Parliament Research Service. (2016). **EU innovation policy – Part II**. [Online]. Available: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/583779/EPRS_IDA%282016%29583779_EN.pdf [2022, April 20].
- Gopalakrishnan Shanthi. & Damanpour Fariborz. (1997). A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management. **The International Journal of Management Science**, 25(1), 15-28. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/223231371_A_Review_of_Innovation_Research_in_Economics_Sociology_and_Technology_Management.
- Luang-Ubol J. (2010). **Effects of Social Capital on the Psychosocial Wellbeing Among Thai Adolescents in the Northeast Region of Thailand** [Doctor of Philosophy (Population and Development School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration)]. [Online]. Available: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b168375.pdf>.
- Marina, D.P. (2007). The role of knowledge management in innovation. **Journal of Knowledge Management**, 11(4), 20-29. <https://doi.org/10.1108/13673270710762684>

**คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ**

คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผลงานวิจัยให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการตรวจพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีความเห็นว่าจะต้องมีการปรับแก้ไขทางกองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อแก้ไขและขอสงวนสิทธิ์การพิจารณาไม่ลงพิมพ์เมื่อไม่ผ่านการพิจารณา ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ตามรูปแบบและข้อแนะนำในการเขียนบทความของวารสารนี้
2. ต้นฉบับที่ส่งมาให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน และจะต้องไม่ส่งตีพิมพ์ซ้ำซ้อนในวารสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน
3. เอกสารอ้างอิงข้างท้ายบทความให้แปลจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษโดยแยกเป็นส่วนเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ (References)
4. การตีพิมพ์บทความลงในวารสาร จะพิจารณาการตอบรับการลงตีพิมพ์เมื่อบทความผ่านตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของวารสาร
5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตีพิมพ์บทความทุกเรื่องรวมทั้งการปรับปรุงบทความบางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้อ่านบทความ
6. บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสาร ถือว่าเป็นผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการของผู้เขียนไม่ใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน
7. บทความที่ได้ผ่านการพิจารณาแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับเอกสารพร้อมไฟล์ข้อมูลมาที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/> และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 69 หมู่ที่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 หรือติดต่อสอบถามได้ที่ นายวชิรวิทย์ วรรณิกา โทรศัพท์ 0 5570 6511 ต่อ 3640 หรือ 08 8145 3615

รูปแบบการพิมพ์บทความ

1. ให้พิมพ์ลงบนกระดาษ ตั้งค่ากระดาษเป็น B5 (JIS) โดยจำนวนหน้าของเนื้อหาและเอกสารอ้างอิงรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 หน้า ใช้รูปแบบของ Word ตัวอักษร TH SarabunPSK และแต่ละหน้าไม่เกิน 30 บรรทัด

2. ข้อปฏิบัติการพิมพ์แต่ละหัวข้อ/ส่วนประกอบ

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
1	ชื่อเรื่อง/บทความ	ระบุชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2	ชื่อผู้เขียนบทความ	ระบุชื่อผู้วิจัยผู้ร่วมวิจัย (ถ้ามี) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกคนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
3	สังกัดผู้เขียนบทความ	- ถ้าเป็นนักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา และชื่อสถาบันการศึกษา - ถ้าไม่ใช่ นักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ และ ชื่อหน่วยงานที่สังกัด (ถ้ามี) - กรณีที่เป็นบุคคลทั่วไป ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชา/ภาควิชา สถาบันที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานปัจจุบันหรือหน่วยงานที่สังกัด ขนาดตัวอักษร 12 พอยท์ ชนิดธรรมดา ไว้ที่เชิงอรรถท้ายหน้า
4	บทคัดย่อ (Abstract)	บทคัดย่อบทความวิจัย บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัด และบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย บทคัดย่อบทความวิชาการ บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัดและบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป สาระสำคัญจากเนื้อหา
5	คำสำคัญ (Keywords)	ระบุคำสำคัญ 2-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้าย บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
6	เนื้อหา (Content)	บทความวิจัย หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem) 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives) 3. แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept/Theory) 4. กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) (Conceptual Framework) 5. สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (Research Hypothesis)

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
		<p>6. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) (ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการวิจัย (Research Design) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) หรือแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล (Source of Data / Informant) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument / Tool) และการหาคุณภาพ (Quality Testing) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis โดยเขียนแยกหัวข้อ)</p> <p>7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion) ระบุผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยสรุปซึ่งอาจมีตารางหรือภาพประกอบ</p> <p>8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ระบุประเด็นที่เป็นผลการวิจัยที่สำคัญในแต่ละวัตถุประสงค์ และอภิปรายโดยมีการอ้างอิงทฤษฎีหรืองานวิจัย</p> <p>9. ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยนำเสนอแยกหัวข้อ</p> <p>หัวข้อเนื้อหาทั้ง 7 หัวข้อ ไม่ต้องระบุหมายเลข ใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p> <p>บทความวิชาการ หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย</p> <p>1. บทนำ (Introduction) เนื้อหา (Content) และสรุป (Conclusion) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p>
7	ตาราง (ถ้ามี)	ใช้ตารางแบบเส้นคู่ เปิด-ปิดตาราง
8	ภาพ (ถ้ามี)	รูปภาพประกอบ บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .JPG .JPEG หรือ .PNG คำอธิบายภาพใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์
9	การอ้างอิงในเนื้อหา	ลงรายการตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาข้างท้ายนี้
10	เอกสารอ้างอิง (References)	ลงรายการบรรณานุกรมตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงข้างท้ายนี้ นำเสนอเฉพาะรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ ให้ครบทุกรายการ และแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษด้วย

รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

สำหรับบทความที่ตีพิมพ์กำหนดให้ผู้เขียนรวบรวมเอกสารอ้างอิงเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกต้องไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย และ “References” สำหรับบทความภาษาอังกฤษ หลักเกณฑ์การเขียนเอกสารอ้างอิงกำหนดให้ผู้เขียนใช้แบบ APA (American Psychological Association) citation style ดังนี้

ตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

(สมพงษ์ ชูมาก, 2548, หน้า 10-12)

(สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา, 2531)

(Wilson, 2007, p. 67)

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

(อวยพร พาณิช และคนอื่นๆ, 2548, หน้า 51-53)

(Crouhy, et al., 2006, pp. 75-78)

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2546, หน้า 10-11)

(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, หน้า 5-6)

(Ministry of Education, 2002, pp.70-71)

2. วิทยานิพนธ์

(เขวงศักดิ์ เขียวเงิน, 2543, บทคัดย่อ)

(โอกามา จำแกะ, 2550)

(Almeida, 1990)

3. รายงานการประชุม

(นิทัศน์ ภัทรโยธิน, 2540, หน้า 30)

(PaitoonSinlarat, 1995, p.217)

4. วารสาร

(Bekarian, 1993, pp.574-575)

5. หนังสือพิมพ์

(สมศรี หาญอนันตสุข, 2550, หน้า 7)

(Krishman, 2007, pp.1, 12)

6. จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

(Research and Training Center on Independent Living, 1993)

7. โสตทัศนวัสดุ

(ยุพดี พัยกษพันธ์, 2530)

8. ซีดีรอม

(อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, 2543)

(Social Science Index, 1999)

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

(อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์, 2542)

(Abell, 2002)

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

(Kenneth, 1998)

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

(ชุม, (นามแฝง), 25 ตุลาคม 2542)

(ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2, 2550)

9.4 เอกสารจากเวปไซต์ไวด์เว็บ (www.)

(ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

(Ministry of Education, 2005)

10. การสัมภาษณ์

(ดิลก บุญเรืองรอด, 2543, กรกฎาคม 14)

(Page, 1991, March 5)

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

(จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว, 2557)

(Armstrong, Fogarty, & Dingsdag, 2007)

12. รายงานผลการวิจัย

(ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ, 2558)

ตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

สมพงษ์ ชูมาก. (2548). กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
กัลยานิวัฒนา, สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้า. (2531). เจ้านายเล็กๆ ยุวกษัตริย์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
ด้านสุทธาการพิมพ์.

Wilson, K. (2007). *Smart choice* (2nd ed.). London: Oxford University Press.

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

อวยพร พาณิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชค และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2548). ภาษาและหลักการเขียน
เพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2006). *The essentials of risk management*. New York:
McGrawHill.

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการวิจัยการบริหารการศึกษา.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการ. (2541). การปฏิรูปการเรียนรู้ตามแนวคิด 5 ทฤษฎี. กรุงเทพฯ:
ไอเดียดีเอสแควร์.

Education, Ministry of. (2002). *Chiangmai: NopBueri Si Nakon Ping*. Bangkok: Ministry of
Education.

2. วิทยานิพนธ์

เขวงศักดิ์ เขียวเงิน. (2543). การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.

โอภามา จำเภา. (2550). การจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรยั่งยืน
แม่ทาจำกัด ตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พัฒนารัฐบาลมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Almeida, D.M. (1990). *Father's participation in family work: Consequences for fathers' stress and father child relation*. Master's thesis, University of Victoria.

3. รายงานการประชุม

นิทัศน์ ภัทรโยธิน. (2540). ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในการประชุมนักบัญชีทั่วประเทศ ครั้งที่ 15
วิสัยทัศน์นักบัญชีไทย. วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2540 (หน้า 19-35). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชี
และผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

Paitoon Sinlarat. (1995). Success and failure of facility in Thai university. In Somwang Pitiyanuwat, et al. (Eds), **Preparing teachers for All the World's Children: An Era of ransformation Proceedings of International Conference, Bangkok 1992.** (pp. 217- 233). Bangkok: UNICEF.

4. วารสาร

มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ, นิตย์ บูหงามงคล และวิลาวัลย์ จตุรธำรง. (2549, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษาและ พัฒนาพฤติกรรมทางจริยธรรมของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารศึกษาศาสตร์,** 29(3-4), 83-92.

Bekerian, D.A. (1993, June). In search of the typical eyewitness. **American Psychologist,** 48, 574-576.

5. หนังสือพิมพ์

สมศรี หาญอนันตสุข. (2550, มิถุนายน 26). ภาครัฐธรรมนุญใหม่จะสร้างมิติใหม่ให้สังคมพุทธ. **มติชน,** หน้า 7. Krishman, E. (2007, June 26). Rebuilding self-esteem **Bangkok post,** p.1, 12.

6. จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **ท่องเที่ยวสงขลา.** [แผ่นพับ]. สงขลา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Research and Training Center on Independent Living. (1993) . **Guidelines for reporting and writing about people with disabilities.** [Brochure]. Lawrence: Research and Training Center on Independent Living.

7. โสตทัศนวัสดุ

ยุพดี พยัฆพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). **ยาสมุนไพรร.** [แถบบันทึกเสียง] กรุงเทพฯ: องค์การวิทยาศาสตร์การแพทย์.

8. ซีดีรอม

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. (2543). [CD-ROM]. Available: **ฐานข้อมูลไปดูให้เต็มตาค่าความเป็นไทย.** [2544, มิถุนายน 23].

Social Science Index. (1999). [CD-ROM]. Available: UMI/Social Science Index. [2005, June 26].

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์. (2542). **ความอุดมสมบูรณ์ของดิน.** [Online]. Available:

<http://158.108.200.11/soil009hom-1/009421/chap1.htm#era1> [2550, กุมภาพันธ์ 20].

Abell, S.K. (2002). **Science teacher education: An international perspective.** [Online].

Available: <http://ebook.Springerlink.com/Search/Search Results.aspx?> [2007, June 30].

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

Kenneth, I. (1998). A Buddhist response to the nature of human rights. **Journal of Buddhist Ethics**. [Online], 2 , (9) . Available: <http://www.cac.psu.edu/Jbe/twocont.html> [2006, August 12].

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ชุม. (นามแฝง). (2542 , ตุลาคม 25) . บุญของคนไทย ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th> [2542, ตุลาคม 25].

ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2. (2550, มิถุนายน 23). ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th>[2550, มิถุนายน 30].

9.4 เอกสารจากเว็ลด์ไวด์เว็บ (www.)

เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ศูนย์. (ม.ป.ป.). **การจัดการศึกษาทางไกล**. [Online]. Available: <http://www.nectec.or.th/eourseware/cai/0015.htm> [2550, กรกฎาคม 1].

Education, Ministry of. (2005). **The Regional Seminar on Higher Education in Southeast Asian Countries**. [Online]. Available: <http://www.inter.mua.go.th/news/News%20January%202005.htm> [2006, January 5].

10. การสัมภาษณ์

ดิลก บุญเรืองรอด. (2543, กรกฎาคม 14). อธิการบดี, สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. สัมภาษณ์.
Page, O. (1991, March 5). President, Austin Peay State University. Interview.

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว. (2557). การเปรียบเทียบวิธีที่ทำให้เซลล์เสียหายเพื่อสกัดแยกโปรตีนจากเซลล์จุลินทรีย์.
รายงานสืบเนื่องการประชุมทางวิชาการระดับชาติ วิทยาศาสตร์ศึกษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสู่
นวัตกรรม (น.186-191). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

Armstrong, D. B., Fogarty, G. J., & Dingsdag, D. (2007). Scales measuring characteristics of small business information systems. **Proceedings of Research, Relevance and Rigour: Coming of age: 18th Australasian Conference on Information Systems** (pp. 163-171). Toowoomba, Australia: University of Southern Queensland.

12. รายงานผลการวิจัย

ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ. (2558). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาใน
ทศวรรษที่สองในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร
และตาก

(รายงานผลการวิจัย). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสาร
“การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น”

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. สถานะภาพของผู้ส่งบทความ อาจารย์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป
4. ปีที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา (สำหรับนักศึกษา) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์.....E-mail

6. ประเภทบทความ บทความวิจัย บทความวิชาการ

7. ชื่อบทความ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการนี้ข้าพเจ้าดำเนินการจัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบทความที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามรายการตรวจสอบบทความ และข้าพเจ้าได้ส่งบทความในระบบ Online ที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความคิดเห็นของประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

“พิจารณาบทความแล้วเห็นสมควรเผยแพร่ได้”

(.....)

ผู้ส่งบทความวิจัย/บทความวิชาการ

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

หมายเหตุ บทความที่ส่งมาโดยไม่มีใบรายการตรวจสอบบทความ หรือมีไม่ครบ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนดไว้ จะถูกส่งกลับก่อนการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนบทความสามารถ download แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความได้จาก <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/>

แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความเพื่อนำส่งตีพิมพ์ในวารสาร

คำชี้แจง : ผู้เขียนบทความโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้ารายการที่ท่านได้ตรวจสอบบทความของท่าน
ในรายการที่พบว่ามีปรากฏในบทความของท่านอย่างครบถ้วนถูกต้องแล้วตามคำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความ
ที่วารสารได้กำหนดไว้

1. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ไฟล์ที่ส่งจะต้องทำตามรูปแบบที่ตามคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับเท่านั้นอยู่ในรูปแบบของ Word
3. บทความวิจัย มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)
 - วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)
 - แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concepts / Theory)
 - กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี)
 - สมมุติฐานการวิจัย (Research Hypothesis) (ถ้ามี)
 - วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)
 - สรุปผลการวิจัย (Conclusion)
 - อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)
 - ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)
4. บทความวิชาการ มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ (Introduction)
 - เนื้อหา (Content)
 - สรุป (Conclusions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000



055-706555-3640



055-706511



fms-info@kpru.ac.th