



วารสารวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 2557

MANAGEMENT SCIENCES
JOURNAL
Vol.10 No. vt2 2014

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES
CHIANGMAI RAJABHAT UNIVERSITY

ISSN 1905-7989



วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

MANAGEMENT SCIENCES JOURNAL CHIANG MAI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ สิงฆราช

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอุ่น

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและบริการวิชาการ

อาจารย์พลศรีณัย คັນยทิพย์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาร์รัตน์ ไชยาโส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิรสา สอนศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

อาจารย์พิษญานันท์ อมรพิชญ์

อาจารย์อุบลวรรณ เกษตรเอี่ยม

อาจารย์กุสุมา สุธาคำ

อาจารย์รัชชิตา พวงลำ

อาจารย์รจนกร แบ่งทิศ

อาจารย์ศุภทัต แดงเครื่อง

อาจารย์เกษม กุณาศรี

อาจารย์ ดร.อรกัญญา ศิริธรากุล

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ สิงฆราช

สาขาเศรษฐศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ สมยานะ

สาขาเศรษฐศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

สาขานิติศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตต์ ธรรมโม

สาขานิติศาสตร์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัติ ศรีแก้ว
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ
 อาจารย์ ดร.กรวีร์ ชัยอมรไพศาล
 อาจารย์ ดร.กาญจนา สุระ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย สาเอี่ยม
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี ปานขาว
 อาจารย์ ดร.ศุภกฤษ เมธีโกคพงษ์

สาขาการตลาด
 สาขาการบัญชี
 สาขาการบัญชี
 สาขาการจัดการและบริหารทรัพยากรมนุษย์
 สาขาภาษาอังกฤษ
 สาขาคอมพิวเตอร์
 สาขาคอมพิวเตอร์

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ
 ศาสตราจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์
 รองศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ เชื้อเมืองพาน
 รองศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์
 รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก
 รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล
 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ
 รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อาการักษ์
 อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์
 อาจารย์ ดร.กัญญพัสดุ์ กล่อมธงเจริญ
 อาจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธรร

Geography มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
 สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
 สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลล้านนา

ฝ่ายประสานงานทั่วไป

นางสาวเบญจมาศ สีตะพันธ์



ติดต่อส่งบทความตีพิมพ์ได้ที่

กองบรรณาธิการ “วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่”

202 ถนนช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ : 053 – 885800

สถานที่พิมพ์ : กู๊ดพริ้นท์ พริ้นท์ติ้ง

วัตถุประสงค์ของวารสาร

วารสารวิทยาการจัดการ เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้และผลงานวิชาการในลักษณะของบทความวิจัยและบทความวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ บัญชี เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ข้อความและบทความในวารสารเป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ



บทบรรณาธิการวารสารคณะ ฉบับเดือน ธันวาคม 2557

แนวทางการนำเสนอบทความของวารสารวิทยาการจัดการนั้นมุ่งเน้นเสนอบทความด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ เศรษฐศาสตร์ การบัญชี นิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับฉบับนี้ บทความส่วนแรก นำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเสียเปล่าในวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้น กอก ซึ่งพบว่ามีส่วนร่วมของกลุ่มปฏิบัติช่วยลดการสูญเสียเปล่าในแต่ละกระบวนการผลิต เกิดการไหลอย่าง ต่อเนื่องในกระบวนการผลิต สำหรับเรื่องที่ 2 การส่งผ่านราคาข้าวไทยเปรียบเทียบกับข้าวคุณภาพสูงและข้าว คุณภาพต่ำ นำไปสู่คำตอบว่า ข้าวแบบใดมีคุณภาพสูงที่รัฐควรส่งเสริม

บทความส่วนที่ 2 เกี่ยวเนื่องด้วยเรื่องของสื่อและการสื่อสาร ผลงานของนักวิชาการ และนักศึกษา ปริญญาโท ที่มีความน่าสนใจ เริ่มด้วยเรื่อง ภาพความหมายบนของบุหรีกับทัศนคติในการสูบบุหรี ซึ่งได้ คำตอบว่าการนำเสนอภาพความรุนแรงและน่ากลัวของโรคข้างของบุหรีส่งผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมการสูบ บุหรีเพียงใด เรื่องที่ 2 อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขต อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งให้ภาพสะท้อนว่าสื่อใหม่ ดังเช่นอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและอิทธิพลต่อการเปิดรับสูง เพียงใด

บทความท้ายเล่ม มาจากงานวิจัยกึ่งทดลอง การสร้างและการผลิตสื่อเพื่อจุดมุ่งหมายในเชิง สร้างสรรค์ เรื่องแรก คือ การผลิตวีดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนใน การทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอด จังหวัดเชียงใหม่ เรื่องที่ 2 การสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ เรื่องที่ 3 ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ซึ่งทั้งสามเรื่องใช้กระบวนการของการศึกษาเพื่อตรวจสอบความ พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง อันเป็นส่วนหนึ่งของการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสร้างผลงาน เพื่อการนำเสนอเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์

วารสารวิทยาการจัดการยินดีเปิดรับบทความจากนักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจ เพื่อเผยแพร่ผลงาน และความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและผู้สนใจทั่วไป ผู้ประสงค์ส่งบทความร่วมเผยแพร่สามารถส่ง ต้นฉบับความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A 4 พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียนมาได้ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถนนโชตนา ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 สอบถามรายละเอียด เพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ โทร. 053-885800 ,053-885804

กองบรรณาธิการ



สารบัญ

Content

	หน้า
การประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเสียเปล่าในวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก Application of Wastes Management in Community Business: A Case Study of Baan Sansai-tonkok Community Enterprises ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์	7
การส่งผ่านราคาข้าวไทยเปรียบเทียบข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ The comparison of transmission rates of Thai- rice price between high quality products and low quality products เกษม ภูนาศรี	21
ภาพความหมายบนของบุหรี่กับทัศนคติในการสูบบุหรี่ The meaning of pictures on cigarette packs with the attitude to smoking จอห์นพดล วศิณสุนทร* และคณะ**	39
อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ Influence of Korean entertainment media effected to the crazy group's stimulating behavior in Mueng District, Chiang Mai รัตนารณ เมระพันธุ์	51
การผลิตวีดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำนุบำรุง ศาสนสถานวัดเจ็ดยอด จังหวัดเชียงใหม่ Video Production Documentary WAT JED YOT for manufacture a participation of people to ministor religious place in WAT JED YOT Chiang Mai บุริภัทร วงศ์ไชยา	66
การสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ความรับผิดชอบต่อหน้าที่สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ Animation Production of Duty Responsibility for Chiang Mai Rajabhat University Students ณัฐพร ปิงมูลทา	76
ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา Documentary Film : The Moral and Ethic Cultivation for Students วิทยา มาบุญธรรม	83



การประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเปล่าในวิสาหกิจชุมชน

กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก

Application of Wastes Management in Community Business: A Case Study of Baan Sansai-tonkok Community Enterprises

ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์¹ รัชณี เสาร์แก้ว²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการศึกษาการใช้แนวคิดในการจัดการความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวด้วยการผลิตกรอบรูปกระดาษรีไซเคิล อย่างไรก็ตามการผลิตจะต้องใช้วัตถุดิบเป็นจำนวนมาก จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อต้นทุนในการผลิตโดยเฉพาะต้นทุนสินค้าคงคลัง ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดร่วมกับกลุ่มในการปรับปรุงกระบวนการ โดยการประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเปล่า (Wastes management) ในการพัฒนากระบวนการผลิต การเก็บข้อมูลใช้การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) จากนั้นผู้วิจัยทำการสรุปการให้เหตุผลตามกระบวนการนิรนัย (Deductive process) เพื่อทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ลดความสูญเปล่า โดยกลุ่มผู้ปฏิบัติมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการลดความสูญเปล่าในแต่ละกระบวนการผลิต การพยายามในการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดความสูญเปล่าในกระบวนการ จะอยู่บนฐานที่ธุรกิจชุมชนจะสามารถดำเนินการได้ จากแผนงานการปรับปรุงประกอบด้วย การปรับขั้นตอนการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้าและการปรับปรุงกระบวนการผลิต ทำให้เกิดการไหลอย่างต่อเนื่องในกระบวนการผลิต และยังทำให้กลุ่มสามารถลดปริมาณสินค้าระหว่างผลิตคงคลัง (Work in process inventory) ลงได้ 5 %

คำสำคัญ: การจัดการความสูญเปล่า การบริหารการผลิต แนวคิดลีน วิสาหกิจชุมชนและหลักการ

ECRS

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการและบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการและบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Abstract

This article aims to present the results of the waste management study to develop a prototype of the 7-waste reduction method and control for community business by using Baan Sansai-tonkok community enterprises as a case study. The group was set up to generate extra income for the family by producing a photo frame with penny elephant paper. However, the production will require a lot of material from a sales increase in the cost of producing the inventory costs. Therefore, the researcher design a concept with the application of waste management for the process development. The data used for interview the practitioners involved in producing activities to obtain empirical data, Then, the researchers concluded the process of deductive reasoning to improve the manufacturing process and reduce waste by practitioners involved in initiatives to reduce waste in the production process. The efforts to improve manufacturing processes to reduce waste in the process. It is based on the business community can do. This plan includes improvements adjusting the production process, inventory management, warehouse management and process improvement causes a continuous flow process, in addition the work-in-process (WIP) inventory has decreased by 5%.

Keywords: Waste management, Production management, Lean thinking, Community business and ECRS

บทนำ

การสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจนั้นสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Lewis, 2000) การมุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการผลิตไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดหรือมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุดในกระบวนการผลิตและยังทำให้เกิดต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม (Russell and Taylor, 2003) แนวคิดระบบการผลิตแบบลีน (Lean production system: LPS) มีจุดมุ่งหมายในการลดความสูญเปล่า (Wastes) ในกระบวนการผลิตให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดการไหลอย่างต่อเนื่องสูงสุดในกระบวนการผลิตจนนำไปสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ (Womack *et al.*, 1990; Mejabi, 2003; Rhman *et al.*, 2010) เครื่องมือ ลีน ที่ได้รับความนิยมนำมาใช้จัดการระบบการผลิต เช่น One-piece flow, Kaizen, Inventory management, Poka yoke, Workplace



organization ซึ่งเป็นเครื่องมือของผู้ประกอบธุรกิจที่มุ่งลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต (Russell and Taylor, 2003)

Peter Hines และ Nick Rich(1997) ได้ทำการศึกษา “The Seven value stream mapping tools” โดยศึกษาถึงเครื่องมือในการลดความสูญเปล่า 7 ประการที่ไม่เป็นประโยชน์ในกระบวนการ และใช้เทคนิค 5W 1H (What, Why, When, Where, Who and How) วิเคราะห์แต่ละกระบวนการและใช้หลักการ ECRS (Eliminate, Combine, Rearrange and Simplify) ในการปรับปรุง บทความนี้จึงได้นำเสนอแนวคิดสื่อนในการพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตสำหรับวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากกระบวนการผลิตของวิสาหกิจชุมชนเป็นการผลิตสินค้าหัตถกรรมซึ่งมีกระบวนการผลิตที่ใช้เวลาไม่แน่นอน ยอดการสั่งซื้อที่ไม่แน่นอน ข้อจำกัดด้านเครื่องมือและวัตถุดิบที่ไม่แน่นอนรวมทั้งวิธีการผลิตที่อาจจะไม่มีมาตรฐาน จากข้อจำกัดที่ได้กล่าวมาแล้วแต่เป็นปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดปัญหาความสูญเปล่าที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ดังนั้นการวิเคราะห์ความสูญเปล่าเพื่อหาวิธีในการจัดหรือลดความสูญเปล่าในกระบวนการลงจะทำให้กระบวนการผลิตสินค้าหัตถกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจำแนกประเภทของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1)กิจกรรมไม่สร้างมูลค่า (Non-Value Added: NVA); 2)กิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่สร้างมูลค่า (Necessary but Non-Value Added: NNVA) และ 3)กิจกรรมสร้างมูลค่า (Value-Added: VA) (Monden, 1993) และคอยควบคุมกิจกรรมในกลุ่มที่ 1 และ 2 เพื่อลดความสูญเปล่า 7 ประการ ได้แก่ ความสูญเปล่าจากการผลิตมากเกินไป (Overproduction) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Waiting) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไม่เหมาะสม (Inappropriate processing) ความสูญเปล่าจากสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Unnecessary inventory) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่เหมาะสม (Unnecessary motion) และความสูญเปล่าจากข้อบกพร่อง (Defects) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต (Hines and Rich, 1997)

บทความนี้มุ่งนำเสนอการพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการผลิตสินค้าหัตถกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก โดยประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตตามหลักแนวคิด สีน เพื่อให้ทราบความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตและกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อลดความสูญเปล่าจากแต่ละกิจกรรมในกระบวนการผลิตรอบรูปกระต่ายขึ้นข้างจากแนวความคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการจำลองกระบวนการผลิตและทำให้พบว่า สามารถลดความสูญเปล่าที่กำหนดลงได้และทำให้รอบเวลาการผลิตลดลง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเสริมสร้างวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม (Good practice) ของระบบการผลิต ด้วยการใช้การประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้าง ของวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ด้วยเทคนิค 5W 1H วิเคราะห์แต่ละกระบวนการและใช้หลักการ ECRS ในการปรับปรุงกระบวนการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

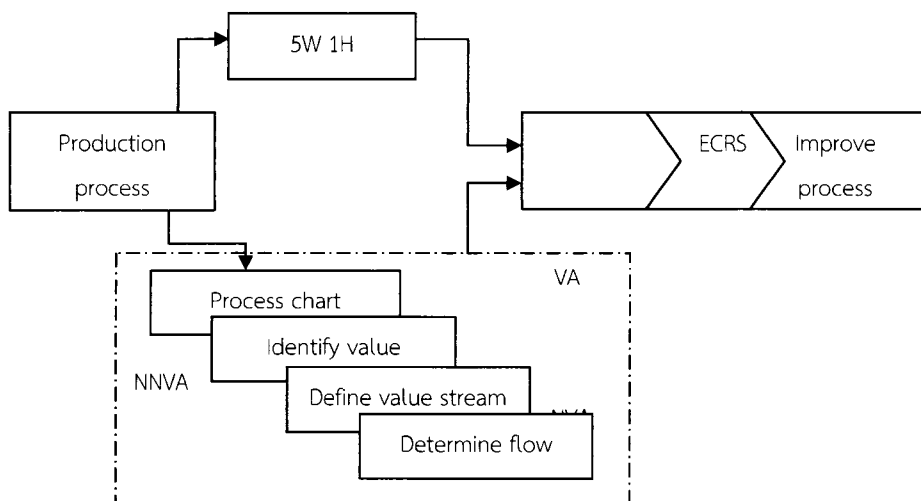
บทความนี้มุ่งนำเสนอผลการศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการผลิตแบบลีน ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการพัฒนาแนวทางการลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต 7 ประการ การวิเคราะห์ดังกล่าวจะอาศัยเครื่องมือลีนเป็นแนวทางในการดำเนินการลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้างด้วยการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมการทำงานในแต่ละกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์และเสนอเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก โดยมุ่งประเด็นการศึกษาที่กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้าง ซึ่งเป็นการศึกษาจากสมาชิกของกลุ่มทั้งหมดจำนวน 11 คน

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

กระบวนการศึกษาในบทความนี้ มุ่งศึกษาการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นโดยใช้แนวคิด ลีน เป็นหลักการในการศึกษาดังแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย ตามแนวคิดลีน (Lean thinking)



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการดำเนินงานด้านการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก เป็นการรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อดำเนินกิจการสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวมีการจัดโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกในการดำเนินกิจกรรมจำนวน 11 คน และได้รับการส่งเสริมจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น จึงทำการเลือกเป็นพื้นที่เป้าหมายในการศึกษา (Berg and Lune, 2012) ดังนั้นระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นกระบวนการค้นแบบวิธีการวิจัยเฉพาะกรณีศึกษาเดียว (Single-case study) (Bloomberg and Volpe, 2012) เป็นวิธีที่ได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้องมากจากผู้ปฏิบัติจริง จากนั้นนำข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) ที่รวบรวมมาทำการทดลองปฏิบัติเพื่อสรุปการให้เหตุผลตามกระบวนการนิรนัย (Deductive process) (Creswell, 2013; Yin, 2003)

ด้วยเหตุผลของการใช้หลักการและทฤษฎีในการอธิบายที่ชัดเจน จากการทบทวนวรรณกรรม จึงกำหนดระเบียบวิธีวิจัย ตามหลักการผลิตแบบสิ้น เริ่มจากการศึกษาข้อมูลสถานการณ์ของกลุ่มเพื่อเลือกสายการผลิตที่เหมาะสม และทำการวิเคราะห์กระบวนการผลิตด้วย ผัง SIPOC เพื่อจัดทำผังกระบวนการเพื่อให้ทราบขั้นตอนทั้งหมดในการทำงานด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interviews) เป็นการสัมภาษณ์ตามหลักการ 5W 1H วิเคราะห์ความจำเป็นของแต่ละกิจกรรมในกระบวนการซึ่งจะแสดงให้เห็นความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตจากนั้นจึงทำการเสนอแนวทางการปรับปรุงงานด้วยหลัก ECRS (Pornthipa and Wimonrat, 2014)

ผลการวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอกเป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ไม้ดอก ตัดเย็บ สินค้าเกษตรและน้ำพริกตาแดง มีลักษณะการผลิตแบบ Make to order โดยใช้วัตถุดิบจากภายในชุมชนและนอกชุมชน โดยกระบวนการผลิตจะใช้แรงงานคนเป็นหลัก

การศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตรวมทั้งเงื่อนไขที่อาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ สำหรับการตรวจสอบสถานการณ์การผลิตของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก อาจจะใช้เพื่อสนับสนุนการขยายหรือเพิ่มข้อสงสัยเกี่ยวกับทฤษฎีที่มีอยู่ (McCutcheon and Meradith, 1993) โดยมุ่งที่กระบวนการบริหารการผลิตเพื่อลดความสูญเสีย และศึกษาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานการผลิต กระบวนการวิเคราะห์กรณีศึกษาทำให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบในการดำเนินงานในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน โดยมีขั้นตอนการพัฒนากระบวนการผลิตปฏิบัติตามกระบวนการ 4 ขั้นตอนดังนี้



1. การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษาต้นแบบ

การเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาศึกษาเป็นต้นแบบ เลือกจากมูลค่าการขายที่ผ่านมา เปรียบเทียบเป็นร้อยละของสินค้าแต่ละประเภทและนำมาจัดลำดับตามหลัก พารето (Pareto) โดยจะพบว่าสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษสีข้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูง ดังนั้นจึงเลือกผลิตภัณฑ์ ที่จะทำการศึกษาเพื่อลดความสูญเสียเปล่าของผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษสีข้าง

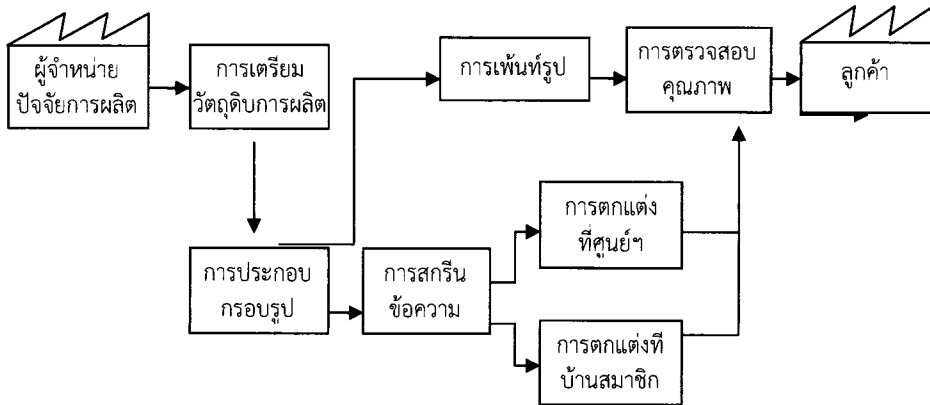
2. กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษสีข้าง

การศึกษาสถานะปัจจุบันของกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษสีข้างเป็นสิ่งจำเป็นก่อนการ ค้นหาความสูญเสียเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการและหาแนวทางลดหรือกำจัดความสูญเสียเปล่าที่เกิดขึ้น (Womack and Jones, 2002) จากภาพที่ 2 เป็นแผนผังระบอบองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการ ผลิตเพื่อให้เห็นมุมมองของการปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นเป้าหมายของการปรับปรุง (George *et al.*, 2005)

Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers
ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ การผลิต	เครื่องมือ/อุปกรณ์ การประดิษฐ์	การเตรียมวัสดุ	กรอบรูปกระดาษ สีข้างสวดลายต่าง ๆ	ลูกค้าคนกลาง ทางการตลาด - ผู้จำหน่าย - ลูกค้าประจำ
ร้านรับตัดกระดาษ แข็ง	กระดาษแข็งและ กระดาษ สีข้าง	การประกอบ		
	วัสดุตกแต่ง	การตกแต่ง		
		การตรวจสอบ		
		การจัดเก็บ		
		การส่งมอบ ลูกค้า		

ภาพที่ 2 ผัง SIPOC แสดงกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษสีข้างของกลุ่มวิชาหกิจชุมชนบ้าน
สันทรายต้นกอก

โครงสร้างของผัง SIPOC นำมาวาดแผนผังกระบวนการ (Process mapping) เป็นหลัก
พื้นฐานมาจาก flow diagram chart เป็นเครื่องมือการเขียนแบบจำลองของระบบธุรกิจหรือระบบ
ย่อยในธุรกิจ (Paper *et al.*, 2002) แสดงขั้นตอนกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพื่อจำแนก
กิจกรรมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ การประกอบชิ้นงาน การตกแต่ง การตรวจสอบ การจัดเก็บ
และการส่งมอบสินค้าจนกระทั่งส่งมอบลูกค้า ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพกระบวนการสายธารคุณค่าของ กลุ่มผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษสีช้าง

ตารางที่ 1 เวลาเฉลี่ยและการจัดประเภทของกิจกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษสีช้าง

ที่	กิจกรรม	เวลาเฉลี่ย (t_e) (นาที)	ประเภท กิจกรรม	มูลค่า กิจกรรม
1	การตัดโครงกรอบรูปขึ้นหน้า-หลัง	5	การดำเนินงาน	VA
2	การติดกระดาษสีช้างตามโครงกรอบ	0.5	การดำเนินงาน	VA
3	การติดฟองน้ำขึ้นหน้า	1	การดำเนินงาน	VA
4	การติดกระดาษสีช้างขึ้นหน้า	2	การดำเนินงาน	VA
5	การติดกระดาษสีช้างขึ้นหลัง	1	การดำเนินงาน	VA
6	ฟิ้งเพื่อรอให้กาวแห้ง	5	การดำเนินงาน	NVA
7	การติดพลาสติกใส	0.5	การดำเนินงาน	VA
8	การประกอบขึ้นหน้าและหลังเข้าด้วยกัน	1	การดำเนินงาน	VA
9	การสกรีนข้อความบนกรอบรูป	0.5	การดำเนินงาน	VA
10	การติดขาตั้งด้านหลัง	0.5	การดำเนินงาน	VA
11	เก็บสินค้าเพื่อรอให้สมาชิกมารับชิ้นงาน	120	การคลังสินค้า	NVA
12	การขนส่งชิ้นงานไปตกแต่งที่บ้านสมาชิก	5	การขนส่ง	NVA
13	การตกแต่งกรอบรูป	3	การดำเนินงาน	VA
14	การส่งชิ้นงานของสมาชิก	5	การขนส่ง	NVA
15	การตรวจสอบคุณภาพ	0.2	การตรวจสอบ	NVA
16	การบรรจุภัณฑ์	5	การดำเนินงาน	NNVA
17	การจัดเก็บเพื่อรอส่งมอบลูกค้า	1 วัน	การคลังสินค้า	NVA



จากตารางที่ 1 พบว่า กิจกรรมที่ใช้เวลานานส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการรอคอยซึ่งเป็นการรอคอยที่ไม่จำเป็น การปรับปรุงจึงมุ่งเน้นไปที่การออกแบบกระบวนการผลิตขึ้นมาใหม่เพื่อลดเวลานำ (Lead time) ที่เกิดขึ้นในการผลิต อย่างไรก็ตามกิจกรรมในกระบวนการผลิตส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่า นั้นหมายความว่าความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตอาจเกิดในกิจกรรมที่สร้างมูลค่าก็เป็นได้

3. การวิเคราะห์ความสูญเปล่า 7 ประการ

จากการศึกษากระบวนการผลิต ทำให้ทราบสภาพปัญหาของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้าง จากนั้นทำการจำแนกความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตตามแนวทางของ Taiichi Ohno (2002) โดยเป็นความสูญเปล่าที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้างโดยใช้หลัก 5W 1H ในการตั้งคำถามวิเคราะห์ความจำเป็นของแต่ละกระบวนการ (Hines and Rich, 1997) ดังต่อไปนี้

3.1 ความสูญเปล่าจากการผลิตมากเกินไป จากกระบวนการผลิตในตารางที่ 1 ทำให้เห็นวาระยะเวลาในการผลิตแต่ละกระบวนการจะมีรอบเวลาการผลิต (Cycle time) ไม่เท่ากันทำให้มีงานค้างจนขั้นตอนต่อไปทำไม่ทันและกระบวนการไหลของงานไม่ต่อเนื่อง จนทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงานไม่สามารถส่งของได้ตามกำหนดในบางครั้ง

3.2 ความสูญเปล่าจากการรอคอย เนื่องจากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้างในบางขั้นตอนต้องใช้ความประณีต ได้แก่ ขั้นตอนการติดกระดาษซี่ข้าง การพันรูป ทำให้เกิดการรอคอยของขั้นตอนต่อไป

การรอสมาชิกบางส่วนมารับชิ้นงานไปทำงานในขั้นตอนการตกแต่งที่บ้าน สมาชิกส่วนใหญ่จะมารับในช่วงเย็นหลังจากเสร็จงานประจำหรือการรับส่งบุตรหลาน ทำให้ชิ้นงานถูกจัดเก็บไว้ที่ศูนย์ฯ เพื่อรอให้สมาชิกมารับไปทำต่อซึ่งใช้เวลาในการรอคอยโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง

3.3 ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไม่เหมาะสม จากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้าง จะเห็นว่ามีความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไม่เหมาะสมได้แก่

3.3.1 ความสูญเปล่าจากกระบวนการผลิตที่ไม่เหมาะสม จะเห็นว่ามียกกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า (NVA) 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย การจัดเก็บสินค้าเพื่อรอให้สมาชิกมารับชิ้นงาน การตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและการจัดเก็บเพื่อรอส่งมอบลูกค้า

3.3.2 ความสูญเปล่าจากการตรวจสอบที่ไม่เหมาะสม การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า จะทำการตรวจโดยประธานกลุ่ม ซึ่งในการตรวจจะเป็นการตรวจทุกชิ้นงาน แต่เนื่องจากการตรวจสอบคุณภาพหลักจากผลิตเสร็จจึงทำให้ยากต่อการควบคุมและแก้ไขความผิดพลาดหากพบชิ้นงานไม่ได้คุณภาพ ทำให้สมาชิกเกิดความไม่พอใจในบางครั้งที่มีการให้แก้ไขชิ้นงาน



3.4 ความสูญเสียเปล่าจากการขนส่ง ในกระบวนการผลิตบางขั้นตอน เช่น กระบวนการตกแต่ง โดยสมาชิกจะเป็นผู้มารับงานไปทำที่บ้านและนำกลับมาส่งที่ประธานกลุ่มซึ่งทำให้เสียเวลาในการขนส่ง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อความล่าช้าในกระบวนการถัดไปเนื่องจากบางครั้งงานที่สมาชิกรับไปทำที่บ้านมีการนำมาส่งคืนช้าทำให้เกิดการรอคอยเพื่อการดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

3.5 ความสูญเสียเปล่าจากสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น ปัญหาด้านการจัดเก็บสินค้าคงคลังในการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระดาษซี่ข้าง จากความต้องการผลิตเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อซึ่งในการส่งวัตถุดิบ ในการผลิต เช่น กระดาษแข็ง กระดาษซี่ข้างและอุปกรณ์ตกแต่ง จำเป็นต้องซื้อมาในปริมาณมากเพื่อให้ได้ราคาต่อหน่วยต่ำ จึงทำให้เกิดต้นทุนในการจัดเก็บอาทิ พื้นที่ในการเก็บรักษา แม้แต่ความเสี่ยงในการเสียหายของวัตถุดิบ และวัสดุประกอบบางชนิดไม่ได้ใช้เกิน 3 เดือนถือว่าเป็นสินค้า ไม่เคลื่อนไหว (Dead stock)

3.6 ความสูญเสียเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่เหมาะสม จากการสังเกตการปฏิบัติงานของสมาชิกพบว่าสถานที่ในการผลิตไม่ได้จัดเป็นสัดส่วนทำให้เกิดการเคลื่อนไหวที่ไม่ต่อเนื่อง การจัดวางอุปกรณ์บนโต๊ะทำงานที่ไม่เป็นระเบียบทำให้เกิดความไม่สะดวกในการหยิบจับและประกอบชิ้นงาน ทำให้รอบเวลาการผลิตมากเกินไป

3.7 ความสูญเสียเปล่าจากข้อบกพร่อง จากการศึกษาด้านของเสียในกระบวนการผลิตจะเกิดจากข้อผิดพลาดในการประกอบ ซึ่งในบางครั้งความไม่ชำนาญในการติดกาวรวมทั้งการตกแต่งและวาดลวดลายลงบนชิ้นงานจะทำให้ชิ้นงานไม่สวยงามจึงต้องคัดเกรดลงไปไม่สามารถส่งลูกค้าได้ และกระบวนการตัดหากไม่ชำนาญในการตัดจะทำให้กรอบของกระดาษแข็งเป็นรอยไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดความเสียหายของวัตถุดิบ



ภาพที่ 4 แสดงสถานที่ดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการ

4. การออกแบบกระบวนการลดความสูญเสียเปล่า

จากการกำหนดความสูญเสียเปล่าและวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดความสูญเสียนำมาถึงการศึกษานโยบายการปรับปรุงเพื่อลดความสูญเสียดังกล่าว ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดของหลักการ



เทคนิคและเครื่องมือในการลดความสูญเสียเปล่าแต่ละด้านตามหลักการ ECRS ในการปรับปรุงกระบวนการ (Hines and Rich, 1997) ได้ดังนี้

4.1 การลดความสูญเสียเปล่าจากการผลิตมากเกินไปมีสาเหตุจากความต้องการในการผลิตให้ได้ชิ้นงานจำนวนมากที่สุด แต่เนื่องจากความสามารถของแต่ละกระบวนการไม่เท่ากันทำให้รอบเวลาการผลิตไม่เท่ากันส่งผลต่อการไหลของงาน (Work flow) ไม่เท่ากันก่อให้เกิดงานค้างในบางกระบวนการ ดังนั้นจึงควรรวมงานเข้าด้วยกันตามหลักของ ECRS เพื่อให้เกิดสมดุลการทำงาน (Line balancing) ได้แก่ การรวมงานติดฟองน้ำและการตกแต่งฟองน้ำเข้าด้วยกัน การรวมตัดและติดกระดาษเข้าด้วยกัน การรวมงานเข้าด้วยกัน ซึ่งเทคนิคนี้เรียกว่าการจัดเซลล์การทำงาน (Work cell) ซึ่งจะทำให้เกิดสมดุลการทำงาน

4.2 การลดความสูญเสียเปล่าจากการรอคอย จากการผลิตที่เป็นลักษณะแอนด์เมด ซึ่งเป็นวิธีการทำงานที่ใช้เวลาในการดำเนินกิจกรรมโดยเฉพาะการเพ้นท์ส ดังนั้นหากปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้ง่ายขึ้น เช่น การใช้วิธีการพิมพ์เข้ามาช่วยจะทำให้งานในกิจกรรมการตกแต่งรวดเร็วแล้วเสร็จเร็วขึ้น อันจะทำให้การรอคอยลดลง อย่างไรก็ตามจะต้องทำการจัดแบ่งระดับคุณภาพของสินค้าสำหรับตลาด 2 ระดับที่ต่างกันโดยกำหนดสินค้าที่มีความประณีตใช้เวลานานจำหน่ายในตลาดระดับบนที่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากกว่า

สำหรับการรอคอยในการมารับชิ้นงานของสมาชิกกลุ่มซึ่งทำให้เกิดงานค้างระหว่างกระบวนการผลิต (WIP) พบว่า การแก้ปัญหาในส่วนนี้ควรทำการจัดลำดับของการทำงานใหม่ โดยหลังจากการติดขาตั้งด้านหลังแล้วให้ทำการตรวจสอบความบกพร่องเบื้องต้นของชิ้นงานก่อนที่สมาชิกจะมารับไปทำการตกแต่งชิ้นงานต่อที่บ้าน ซึ่งเป็นการลดเวลานำ (Lead time) และยังส่งผลต่อการลดของเสียระหว่างผลิตซึ่งเป็นความสูญเสียเปล่าจากข้อบกพร่องได้อีกด้วย

4.3 การลดความสูญเสียเปล่าจากกระบวนการที่ไม่เหมาะสม

จากความสูญเสียเปล่าจากกระบวนการผลิตที่ไม่เหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากระบวนการ ซึ่งพบว่ามีขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าได้แก่ การจัดเก็บสินค้าเพื่อรอให้สมาชิกมารับชิ้นงาน การตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและการจัดเก็บเพื่อรอส่งมอบลูกค้า จากการตั้งคำถาม ทำไมจึงต้องปฏิบัติเช่นนั้น ตามหลัก 5W 1H พบว่า การตรวจสอบคุณภาพมีกระบวนการที่ไม่เหมาะสมคือ ประธานจะเป็นผู้ตรวจคุณภาพโดยมีปัญหากับสมาชิกเป็นประจำ ดังนั้นควรมีการกำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจนที่สมาชิกทุกคนสามารถรับรู้และเข้าใจได้ซึ่งจะทำให้ใช้เวลาในการตรวจสอบน้อยลงและยังสามารถลดปัญหาด้านของเสียระหว่างกระบวนการผลิตอีกด้วย

4.4 การลดความสูญเสียเปล่าจากการขนส่งที่ไม่จำเป็น ควรมีการอำนวยความสะดวกในการขนส่งชิ้นงานไปยังบ้านของสมาชิกโดยมีการจัดส่งชิ้นงานให้แก่สมาชิกเพื่อให้เกิดความสะดวก และยังสามารถลดเวลานำในการขนส่งได้โดยการตัดเวลาที่สมาชิกต้องมารับชิ้นงานที่ศูนย์ ซึ่งหากสมาชิก



ทำชิ้นงานเสร็จในแต่ละวันก็ให้นำมาส่งที่ศูนย์โดยไม่ต้องรอจนกว่าจะทำเสร็จครบทุกชิ้น เพื่อจะได้เข้าสู่กระบวนการถัดไปโดยไม่ต้องรอคอย

4.5 การลดความสูญเสียเปล่าจากสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น จากความพยายามในการจัดระบบการจัดส่งงานระหว่างทำไปยังสมาชิกแต่ละรายทำให้เกิดสินค้าระหว่างทำคงคลังที่ศูนย์น้อยลง ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องจัดสถานที่ในการจัดเก็บ แต่อย่างไรก็ตามยังคงต้องมีพื้นที่ในการพักงานระหว่างทำชั่วคราว ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรอลูกค้ามารับนั้น จากการวิเคราะห์งานหากกลุ่ม ๆ สามารถกำหนดวันรับสินค้าที่สอดคล้องกับระยะเวลาการผลิตได้แม่นยำมากที่สุดก็จะเป็นประโยชน์ต่อต้นทุน หรืออาจใช้วิธีการกำหนดราคาพร้อมการจัดส่งไปยังลูกค้าซึ่งจะเป็นผลดีของทั้ง 2 ฝ่าย

4.6 การลดความสูญเสียเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่เหมาะสมนั้น จากการตั้งคำถาม ทำไม จึงส่งผลต่อรอบเวลาผลิตที่ไม่คงที่ พบว่า ส่วนหนึ่งมาจากกระบวนการผลิตใช้กำลังคนเป็นหลักจึงเกิดการเมื่อยล้าในการทำงาน และจากการสำรวจสภาพที่ทำงานพบว่ามีการจัดลักษณะที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ การนั่งทำงานกับพื้นหรือแม้กระทั่งการใช้อุปกรณ์ร่วมกันจึงทำให้ต้องรอเนื่องจากว่าอุปกรณ์ไม่เพียงพอกับกำลังผลิตในบางช่วงเวลา จึงควรทำการจัดสภาวะการทำงานใหม่ เช่นการจัดโต๊ะทำงาน ที่จัดเก็บอุปกรณ์ให้ง่ายต่อการหยิบใช้ รวมทั้งการเพิ่มจุดแสงสว่างซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเมื่อยล้าที่ต้องเพ่งสายตาไปที่ชิ้นงาน

4.7 การลดความสูญเสียเปล่าจากข้อบกพร่อง จากการศึกษากระบวนการผลิตแสดงให้เห็นถึงข้อบกพร่องในการผลิตอันเนื่องมาจากกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจะเป็นการตรวจสอบหลังจากที่ผลิตสินค้าเสร็จแล้ว ซึ่งกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้างมีขั้นตอนค่อนข้างละเอียด จึงควรมีกระบวนการตรวจสอบในระหว่างกระบวนการผลิตด้วย จากข้อเสนอแนะด้านการลดความสูญเสียเปล่าจากการรอคอยโดยการเพิ่มขั้นตอนการตรวจสอบโครงกรอบรูปก่อนการตกแต่งเป็นการจัดลำดับงานใหม่และจะทำให้การทำงานในขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูปง่ายขึ้นเกิดของเสียลดลง

5. ผลการลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิต

จากแนวทางปฏิบัติเพื่อลดความสูญเสียเปล่า 7 ประการที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้าง จะทำให้สามารถลดรอบเวลาการผลิตรวมลงได้รวมทั้งการลดงานระหว่างทำลงจากการผสมผสานขั้นตอนการทำงานรวมกัน ซึ่งทางกลุ่ม ๆ ตั้งเป้าหมายในการลดงานระหว่างทำในกระบวนการลงร้อยละ 5 และจากการติดตามการปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติงานในช่วง 2 เดือนแรกพบว่า ระยะเวลาการดำเนินงานรวมลดลงครึ่งวันทำให้งานระหว่างทำลดลงที่ประมาณ ร้อยละ 5 ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความต้องการร่วมกันที่จะลดเวลาในกระบวนการผลิตอย่างจริงจัง ซึ่งต้องใช้



เครื่องมือ สีน อื่น ๆ เช่น การจัดการ 5ส การใช้ระบบ kanban ในการเบิกจ่ายวัสดุจะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

บทความนี้นำเสนอผลการศึกษาศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการผลิต สีน ในการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้างของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก โดยการตั้งคำถามตามหลัก 5W 1H เพื่อการตรวจพิจารณาอย่างรอบคอบ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์งานทั้งระบบหรือบางส่วนของระบบการผลิต การตั้งคำถามจะช่วยให้วิเคราะห์โครงสร้างของแผนงานปรับปรุงเพื่อเสริมให้แผนงานที่เป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติการ จากการตั้งคำถามระหว่างการลงพื้นที่สำรวจสภาพและขั้นตอนกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้างของกลุ่ม ฯ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลความจำเป็นและมูลค่าเพิ่มในแต่ละกิจกรรมการผลิต ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มได้นำมากำหนดแนวทางในการลดความสูญเปล่าซึ่ง Taiichi Ohno (2002) ได้กำหนดความสูญเปล่าไว้ 7 ประการ จากนั้นใช้หลักการ ECRS ในการปรับปรุงงาน ซึ่งสร้างขึ้นจากการตรวจพิจารณาด้วย 5W 1H สามารถแสดงหลักการปรับปรุงในภาพรวมได้ดังนี้

1. การกำจัด (E-Eliminate) เป็นการกำจัดขั้นตอนที่พิจารณาจากการวิเคราะห์กระบวนการผลิตแล้วหาขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป ซึ่งจากการกำหนดแนวทางการปรับปรุงกระบวนการได้เสนอแนะให้กลุ่มฯปรับปรุงกระบวนการรับชิ้นงานจากศูนย์ไปทำต่อที่บ้านเป็นการจัดส่งไปที่บ้านของสมาชิกจะทำให้ไม่เกิดสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น และให้สมาชิกลำมาส่งที่ศูนย์โดยไม่ต้องรอให้เสร็จครบทุกชิ้นจะทำให้ไม่เกิดการรอคอยของการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

2. การผสมผสาน (C-Combine) เป็นการผสมผสานองค์ประกอบของงานหลายงานเข้าด้วยกันหรือที่เรียกว่า การจัดเซลล์การทำงาน (Work cell) ซึ่งแนวทางการเสนอการปรับปรุงกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้าง คือการรวมงานตีตบฟองน้ำและการตักแต่งฟองน้ำเข้าด้วยกันเพื่อจัดสมดุลการทำงาน และทำให้เกิดกระบวนการไหลอย่างต่อเนื่องจากการแก้ปัญหาการใช้เวลาในแต่ละขั้นตอนไม่เท่ากันส่งผลต่อปัญหางานค้างในระบบมากเกินจำเป็น

3. การจัดลำดับใหม่ (R-Rearrange) เป็นการโยกย้ายลำดับของกิจกรรมการทำงานในกระบวนการ โดยในกระบวนการผลิตกรอบรูปกระดาษซี่ข้างผู้วิจัยได้เสนอให้ จัดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานในระหว่างกระบวนการเพื่อลดความสูญเปล่าจากข้อบกพร่องที่อาจก่อให้เกิดของเสียในกระบวนการผลิตซึ่งต้องนำเข้าสู่กระบวนการใหม่เพื่อแก้ไข นอกจากนี้ยังจะทำให้เวลานำในกระบวนการลดลงด้วย

4. การทำให้ง่าย (S-Simplify) นอกเหนือจาก 3 ด้านที่ผ่านมาการปรับปรุงกระบวนการจะต้องพยายามทำให้กระบวนการผลิตสำเร็จได้โดยง่ายที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการปฏิบัติใน



การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานเพื่อให้การตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทำได้ง่ายขึ้นใช้เวลาในการตรวจสอบน้อยลง รวมทั้งการลดความสูญเสียจากการเคลื่อนไหวที่ไม่เหมาะสมจากปรับปรุงสถานที่ทำงานให้สามารถเคลื่อนไหวได้สะดวกต่อการหยิบใช้อุปกรณ์ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่เกิดความเมื่อยล้าหรือแม้กระทั่งการเพิ่มอุปกรณ์ในการทำงานให้เพียงพอต่อจำนวนสมาชิก รวมทั้งการเพิ่มจุดแสงสว่างซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเมื่อยล้าที่ต้องพึงสายตาไปที่ชิ้นงาน

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยที่ได้เสนอในบทความนี้เป็นการเสนอการจัดทำต้นแบบการลดความสูญเสียเพื่อประเมินความสูญเสียทั้ง 7 ประการ หากทำการศึกษาต่อไปเฉพาะประเด็นความสูญเสียในกระบวนการผลิตควรพัฒนาแบบฟอร์มการวิเคราะห์ความสูญเสียที่เกิดขึ้นในแต่ละกระบวนการเพื่อวิเคราะห์แนวทางการลดหรือจัดความสูญเสียที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามการทดสอบการแก้ปัญหาเป็นการทดสอบเฉพาะในกระบวนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอกในการผลิตกรอบรูปกระดาษรีขี้ช้างเท่านั้น หากจะนำไปปรับใช้กับวิสาหกิจแห่งอื่น ๆ อาจจะต้องมีการวิเคราะห์งานเพื่อกำหนดลักษณะของความสูญเสียในกระบวนการผลิตแต่ละประเภท จากข้อจำกัดในกระบวนการของกรณีศึกษาที่มีไม่มากนักตอนการทำงานไม่ซับซ้อนจึงไม่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่

เอกสารอ้างอิง

- Berg, B. L., & Lune, H. (2012). *Qualitative research methods for the social sciences* 8th ed., New York, NY: Pearson Education.
- Bloomberg, L.D. and Volpe, M. (2012), *Completing Your Qualitative Dissertation: A Road Map from Beginning to End*, 2nd ed., SAGE, Thousand Oaks, CA.
- Creswell, J.W. (2013), *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 3rd ed., SAGE, Thousand Oaks, CA.
- George, M.L., Rowlands, D.T., Price, M. and Maxey, J. (2005), *Lean Six Sigma Pocket Toolbook*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Hines, P. and Rich, N. (1997), "The seven value stream mapping tools", *International Journal of Operation and Production Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 46-64.



- Lewis, M.A. (2000), "Lean production and sustainable competitive advantage", **International Journal of Operations & Production Management**, Vol. 20 No. 8, pp. 959-978.
- McCutcheon, D.M. and Meradith, J.R. (1993), "Conducting case study research in operations management", **Journal of Operations Management**, Vol. 11 No. 3, pp. 240-241.
- Mejabi, O.O. (2003), "Framework for a lean manufacturing planning system", **International Journal of Manufacturing Technology and Management**, Vol. 5 No. 5-6, pp. 553-578.
- Monden, Y. (1993), **Toyota Production System: An Integrated Approach to Just-In-Time**, 2nd ed., Industrial Engineering and Management Press, Norcross, GA.
- Ohno, T. (2002). **Toyota production system: Beyond large-scale production**. Portland, OR: Productivity Press.
- Paper, D., Rodger, J. and Pendharkar, P. (2002), "A BPR case study at Honeywell", **Business Process Management Journal**, Vol. 7 No. 2, pp. 85-99.
- Pornthipa Ongkunaruk and Wimonrat Wongsatit. (2014), "An ECRS-based line balancing concept: a case study of a frozen chicken producer", **Business Process Management Journal**, Vol. 20 No. 5, pp. 678 – 692.
- Russell, R.S. and Taylor, B.W. (2003), **Operation Management**, 4th ed., Prentice-Hall, Upper saddle river, NJ.
- Womack, J.P., Jones, D.T. and Roos, D. (1990), **The Machine that Changed the World**, Free Press, New York, NY.
- Womack, J.P. and Jones, D.T. (2002), **Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation**, 2nd ed., Free Press, New York, NY.
- Yin, R.K. (2003), **Case Study Research: Design and Methods**, 3rd ed., Sage, Thousands Oaks, CA.

การส่งผ่านราคาข้าวไทยเปรียบเทียบข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ

The comparison of transmission rates of Thai- rice price between high quality products and low quality products

เกษม ภูณาศรี¹ อัครวิน เฝ้าอำนวยวิทย์²

บทคัดย่อ

การศึกษากการส่งผ่านราคาข้าวไทย มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาภาวะทั่วไปทางด้านราคาและปริมาณผลผลิตของข้าวไทยที่ผ่านมา และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาภายในประเทศและราคาส่งออก โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2551 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2557 ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลทางด้านปริมาณและราคาข้าวพบว่าทั้งปริมาณผลผลิตและราคาข้าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยปริมาณข้าวเปลือกหอมมะลิเฉลี่ยสูงสุดในปี 2556 เท่ากับ 8.1 ล้านตัน ซึ่งใกล้เคียงกับปริมาณข้าวเปลือกเหนียวในปีเดียวกัน คือ 8.4 ล้านตัน ขณะที่ปริมาณข้าวเปลือกเจ้าสูงถึง 22.2 ล้านตัน โดยราคาเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2551 – 2557 พบว่า ราคาข้าวเปลือกเฉลี่ยสูงสุดคือ ข้าวเปลือกหอมมะลิเท่ากับ 14,082.23 บาทต่อตัน ราคาข้าวเปลือกเหนียวเฉลี่ยเท่ากับ 11,638.04 บาทต่อตัน และราคาข้าวเปลือกเจ้าเฉลี่ยเท่ากับ 9,421.48 บาทต่อตัน สำหรับราคาข้าวภายในประเทศ ราคาข้าวหอมมะลิสูงถึง 29,162.70 บาทต่อตัน ราคาข้าวเหนียวเท่ากับ 21,714.49 บาทต่อตัน ราคาข้าวขาวตามระดับกายภาพข้าวคือ ข้าวขาว 100%, 5%, 10%, 15%, 25% เท่ากับ 17,013.66 , 16,362.45 , 16,095.36 , 15,081.29 และ 14,717.14 บาทต่อตัน ตามลำดับ ส่วนราคาส่งออกข้าวไทยมีแนวโน้มเฉลี่ยของราคาเพิ่มสูงขึ้นในข้าวทุกประเภท สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวเปลือกและราคาส่งออกข้าว เมื่อพิจารณาตามคุณค่าทางโภชนาการ พบว่า การส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ (ข้าวเหนียว) มีประสิทธิภาพสูงกว่าการส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพสูง (ข้าวหอมมะลิ) ขณะที่การพิจารณาตามกายภาพข้าว พบว่า การส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพสูง (ข้าวขาว 100%) มีประสิทธิภาพสูงกว่าการส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ (ข้าวขาว 25%) โดยรัฐบาลควรส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพสูงในด้านกายภาพข้าว คือ ข้าวขาว 100% ซึ่งเป็นข้าวที่สร้างมูลค่าให้ประเทศไทยเป็นจำนวนมากและเป็นข้าวที่มีคู่แข่งในหลายประเทศ เช่น ปากีสถาน เวียดนาม เป็นต้น

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้



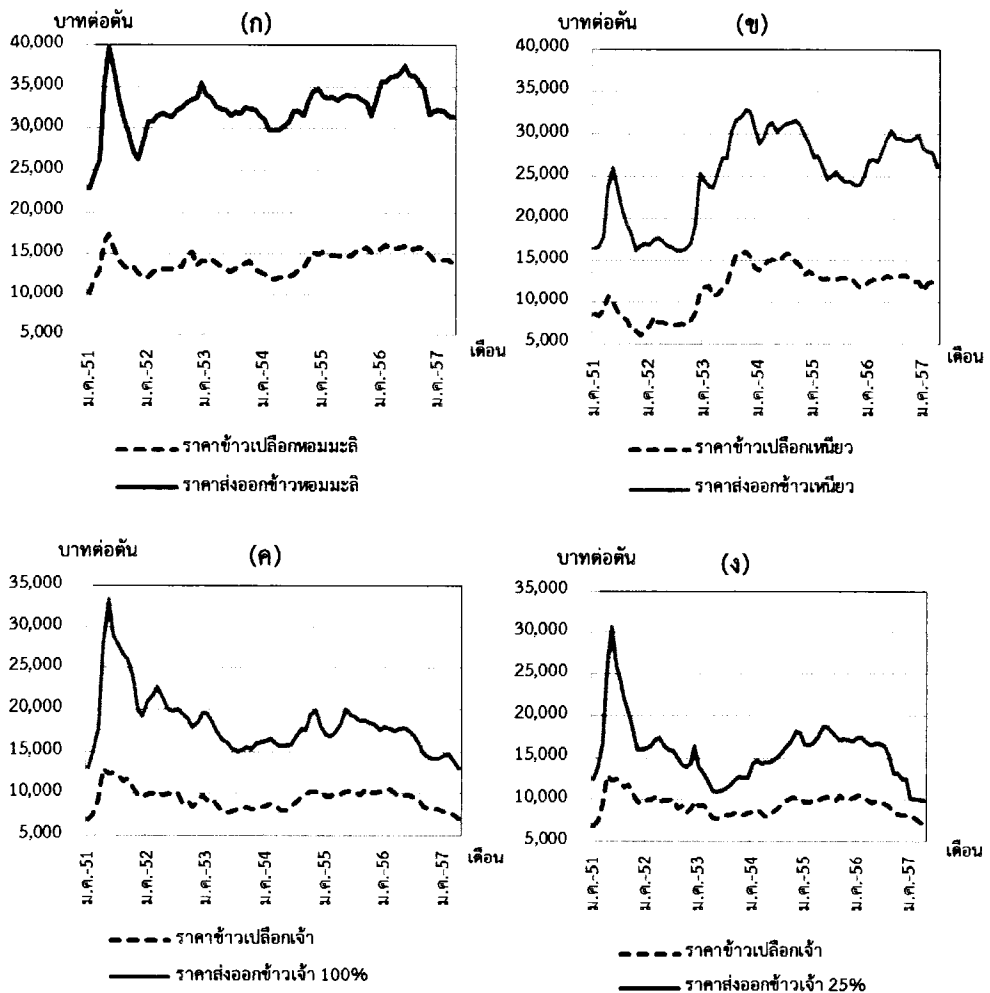
Abstract

The objective in the comparison of transmission rates of Thai- rice price is to investigate general states of price and quantity of Thai-rice in the past and to study relationship between domestic price and exported price by using monthly secondary data started from January in 2008 to May in 2014. The results turned out that both price and quantity trend were up-warding. Maximum average quantity of Thai jasmine rice goes to 2013 about 8.1 million tons which closes to sticky rice in the same year about 8.1 million tons while non-glutinous paddy stayed highest at 22.2 million tons. By calculating average prices since 2008-2014, found out that the highest average price of paddy equal to 14,082.23 baht per ton, average price of glutinous paddy is 11,638.04 baht per ton and average price of non-glutinous paddy is 9,421.48 baht per ton. For domestic price of Thai jasmine rice is quite high about 29,162.70 baht per ton, sticky rice price is 21,714.49 baht per ton. For the price based on physical conditions of white rice 100 %, 5 %, 10 %, 15 % and 25 % are 17013.66, 16362.45, 16095.36, 15081.29 and 14717.14 baht per ton respectively. For exported Thai-rice price has an upper trend signal in every single type of rice. The relationship testing on value of nutrient between price of paddy and export price of rice turns out that for transmission rates of the price of low quality rice (sticky rice) is more efficient than high quality of rice (Thai jasmine rice). On the other hands, when investigating by physical conditions, turns out in totally opposite way, that is high quality of rice (white rice 100%) price has efficiency much more than low quality one (white rice 25%). Finally, government ought to support manufacturing high quality rice in the objective of bringing the best physical conditions to products especially white rice 100% which is the most valuable rice products in Thailand. Also there are many competitors on the market such as Pakistan and Vietnam etc.



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากการรายงานสถานการณ์ข้าวของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า ราคาข้าวเปลือกเจ้าที่เกษตรกรขายได้ ณ ไร่นาของประเทศไทยในเดือนเมษายน พ.ศ. 2557 ราคาข้าวเปลือกเจ้าลดลงอย่างต่อเนื่องและต่ำที่สุดในรอบ 5 ปี เหลือเพียงตันละ 6,982 บาท ดังภาพที่ 1 (ค) และ (ง) ทำให้รายได้ของเกษตรกรในเดือนเมษายนนี้ลดลงตามราคาข้าวเปลือกที่ลดลงด้วยเช่นกัน ซึ่งเมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันปีก่อนพบว่ารายได้ของเกษตรกรลดลงจาก 31,134 ล้านบาท ในพ.ศ. 2556 เหลือเพียง 22,995 ล้านบาท ใน พ.ศ.2557 คิดเป็นร้อยละ 25.2 แต่ถ้าหากเทียบกับเดือนก่อนหน้าคือเดือนมีนาคมพบว่ารายได้ของเกษตรกรเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเดือนเมษายนเป็นเดือนที่ผลผลิตข้าวออกมากที่สุดจึงทำให้คล้ายกับว่ารายได้ของเกษตรกรนั้นเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออกข้าว



ในขณะที่ราคาส่งออกข้าวของไทยนั้นสูงมากทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออกข้าวชาวเกือบเท่าตัว และในบางเดือนยังพบว่าส่วนต่างของราคาดังกล่าวสูงกว่าราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้อีกด้วย (ภาพที่ 1) แม้ว่าในเดือนเมษายน พ.ศ.2557 ราคาส่งออกยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องตามแนวโน้มของประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ในเอเชีย คือ อินเดียและเวียดนาม แต่ราคาที่เกษตรกรขายได้นั้นยังคงใกล้เคียงกับส่วนต่างระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้กับราคาส่งออก ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าราคาส่งออกข้าวและราคาที่เกษตรกรขายได้นั้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางใด และข้าวชนิดใดสามารถช่วยให้เกษตรกรหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตได้รับรายได้อีกมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออกข้าวของข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ

ขอบเขตของการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มีลักษณะเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2551 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2557 ที่ได้ขจัดฤดูกาลออกแล้วและแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ประเภท คือ ตามคุณค่าทางโภชนาการและตามกายภาพข้าว โดยกำหนดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดชั้นคุณภาพข้าว

	ข้าวคุณภาพสูง	ข้าวคุณภาพต่ำ
คุณค่าทางโภชนาการ	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวเหนียว ^๑
ลักษณะกายภาพข้าว	ข้าวขาว 100% ^๒	ข้าวขาว 25% ^๓

หมายเหตุ: ^๑ คือ ข้าวเหนียวเมล็ดยาว

^๒ ข้าวขาว 100% คือ ข้าวขาว 100% (ชั้น 2) ซึ่งมีพื้นข้าว ประกอบด้วย ข้าวเมล็ดยาวชั้น 1 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 นอกนั้นเป็นข้าวเมล็ดยาวชั้น 2 หรือชั้น 3 ในจำนวนทั้งหมดนี้อาจมีข้าวเมล็ดสั้นได้ไม่เกินร้อยละ 5 และมีส่วนผสม คือ ข้าวเต็มเมล็ด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ข้าวหักที่มีความยาวตั้งแต่ 5 ส่วนขึ้นไป แต่ไม่ถึง 8 ส่วน ไม่เกินร้อยละ 4.5 ในจำนวนนี้อาจมีข้าวหักที่มีความยาวไม่ถึง 5 ส่วนและไม่ผ่านตะแกรงเบอร์ 7 ไม่เกินร้อยละ 0.5 และปลายข้าวขาวชั่วน ไม่เกินร้อยละ 0.1 นอกนั้นเป็นต้นข้าวที่มีความยาวตั้งแต่ 8 ส่วนขึ้นไป โดยมีสิ่งเจือปนจำพวกข้าวเมล็ด



เหลือง ไม่เกินร้อยละ 0.2 ข้าวเมล็ดท้องไข ไม่เกินร้อยละ 6 ข้าวเมล็ดเสีย ไม่เกินร้อยละ 0.25 ข้าวเหนียวขาว ไม่เกินร้อยละ 1.5 ข้าวเปลือกไม่เกิน 7 เมล็ดต่อข้าว 1 กก. และข้าวเมล็ดลีบ ข้าวเมล็ดอ้อ เมล็ดพิชอื่น และวัตถุอื่น อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันไม่เกินร้อยละ 0.2 โดยมีการขัดสีพิเศษ

^c ข้าวขาว 25% คือ ข้าวซึ่งมีพื้นข้าว ประกอบด้วย ข้าวเมล็ดยาวชั้น 1 ชั้น 2 และชั้น 3 อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน โดยอาจมีข้าวเมล็ดสั้นได้ไม่เกินร้อยละ 50 และมีส่วนผสม คือ ข้าวเต็มเมล็ด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ข้าวหักที่มีความยาวไม่ถึง 5 ส่วน และไม่ผ่านตะแกรงเบอร์ 7 ไม่เกินร้อยละ 28 ในจำนวนนี้อาจมีปลายข้าวขาวสีวันไม่เกินร้อยละ 2 นอกนั้นเป็นต้นข้าวที่มีความยาวตั้งแต่ 5 ส่วนขึ้นไป โดยมีสิ่งเจือปนจำพวกข้าวเมล็ดแดงหรือข้าวเมล็ดสีต่ำกว่ามาตรฐาน ไม่เกินร้อยละ 7 ข้าวเมล็ดเหลือง ไม่เกินร้อยละ 1 ข้าวเมล็ดท้องไข ไม่เกินร้อยละ 8 ข้าวเมล็ดเสีย ไม่เกินร้อยละ 2 ข้าวเหนียวขาว ไม่เกินร้อยละ 2 ข้าวเปลือกไม่เกิน 20 เมล็ดต่อข้าว 1 กก. และข้าวเมล็ดลีบ ข้าวเมล็ดอ้อ เมล็ดพิชอื่น และวัตถุอื่น อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันไม่เกินร้อยละ 2 โดยมีการขัดสีธรรมดา แต่ไม่เกินขัดสีดีปานกลาง

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดการส่งผ่านราคา

การวิเคราะห์การส่งผ่านราคามักจะวัดจากสินค้าชนิดเดียวกันแต่ในตลาดต่างระดับกัน หรือ วัดจากตลาดระดับเดียวกันแต่ในท้องที่ต่างกัน จุดประสงค์ในการศึกษาก็เพื่อดูความสัมพันธ์ว่า การเปลี่ยนแปลงในตลาดแห่งหนึ่งจะมีผลให้ตลาดอีกแห่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงหรือไม่ มากน้อยเพียงใด โดยการหาสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของราคา โดยลักษณะการวิเคราะห์ขึ้นอยู่กับเป้าหมายว่าต้องการหาความสัมพันธ์ของราคาในลักษณะใด ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (Elasticity of Price Transmission: E_p) แสดงถึงระดับความเชื่อมโยงของราคาสินค้าในตลาดต่างระดับกันจากร้อยละ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าในตลาดระดับหนึ่ง (P_1) ที่เป็นผลจากการที่ราคาในตลาดอีกระดับ (P_2) เปลี่ยนไปร้อยละหนึ่ง ดังสมการ

$$E_p = \frac{dP_{1t}}{dP_{2t}} \cdot \frac{P_{2t}}{P_{1t}} \quad (1)$$

เมื่อ P_1 และ P_2 คือ ราคาเฉลี่ยของ P_1 และ P_2 ตามลำดับ

$$P_{1t} = a + bP_{2t} \quad (2)$$

เมื่อ P_{1t} คือ ราคาสินค้า ณ ตลาดระดับที่เป็นผู้รับการส่งผ่านราคาจากตลาดอีกระดับ ณ เวลา t

P_{2t} คือ ราคาสินค้า ณ ตลาดระดับที่เป็นตัวส่งผ่านการเปลี่ยนแปลงของราคา ณ เวลา t

a คือ ค่าคงที่ของสมการ



b คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของการส่งผ่านราคาจากสมการความสัมพันธ์ของราคาสินค้าในสองตลาด

ราคาที่น่ามาใช้คำนวณความยืดหยุ่นการส่งผ่านราคาควรเป็นข้อมูลรายเดือนเป็นอย่างน้อย เพราะถ้าเป็นรายไตรมาสหรือรายปี ค่าเฉลี่ยของราคาที่น่ามาใช้จะทำให้การเคลื่อนไหวขึ้นลงของราคามีน้อยจนไม่สามารถสรุปถึงลักษณะของการแข่งขันได้

โดยถ้า $E_p = 0$ นั่นคือ ไม่มีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดทั้งสองสะท้อนถึงโครงสร้างตลาดผูกขาดที่มีผู้มีอำนาจในการกำหนดราคา

$E_p = 1$ นั่นคือ มีประสิทธิภาพสูงในการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดทั้งสองสะท้อนถึงโครงสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์

2 ความหยุดนิ่งของข้อมูล (Stationary Series)

การทดสอบความหยุดนิ่งของข้อมูล (unit root) หรืออันดับความสัมพันธ์ของข้อมูล (order of integration) เป็นการทดสอบตัวแปรทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่ใช้ในสมการเพื่อดูความนิ่งหรือไม่นิ่งของข้อมูล (Stationary หรือ non-Stationary) โดยส่วนมากแล้วจะนิยมทดสอบโดยใช้วิธี Dickey-Fuller test ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

2.1 Dickey-Fuller test (DF)

วิธีนี้จะทำการทดสอบตัวแปรที่เคลื่อนไหวไปตามช่วงเวลามีลักษณะเป็นแบบจำลอง autoregressive (Dickey and Fuller;1979) โดยพิจารณาสมการ 3 รูปแบบที่แตกต่างกันดังนี้ ในกรณีที่ X เป็นแนวเดินเชิงสุ่ม

$$\Delta X_t = \theta X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

ในกรณีที่ X เป็นแนวเดินเชิงสุ่มและมีความโน้มเอียงทั่วไปรวมอยู่ด้วย

$$\Delta X_t = \alpha + \theta X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4)$$

ในกรณีที่ X เป็นแนวเดินเชิงสุ่มโดยมีความโน้มเอียงทั่วไปและมีแนวโน้มเอียงตามเวลา

$$\Delta X_t = \alpha + \beta t + \theta X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (5)$$

โดยที่ ΔX_t คือ ความแตกต่างครั้งที่ 1 ของตัวแปรที่ทำการศึกษา

α, β, θ คือ ค่าคงที่

t คือ แนวโน้มเวลา

ε_t คือ ตัวแปรสุ่มที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และค่าความแปรปรวนที่คงที่หรือ

$$\varepsilon_t \sim iid(0, \sigma^2)$$



การทดสอบจะพิจารณา θ โดยเปรียบเทียบค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้กับค่าที่เหมาะสมจากตาราง Dickey-Fuller ซึ่งมีสมมติฐานการทดสอบดังนี้

$$H_0 : \theta = 0$$

$$H_1 : \theta < 0$$

ถ้ายอมรับสมมติฐานว่าง ($H_0 : \theta = 0$) หมายความว่า ตัวแปรที่น่าสนใจ (X_t) มีลักษณะไม่นิ่ง (non-Stationary) หรือตัวแปร X_t มี unit root

ถ้ายอมรับสมมติฐานทางเลือก ($H_1 : \theta < 0$) หมายความว่า ตัวแปรที่น่าสนใจ (X_t) มีลักษณะนิ่ง (Stationary) หรือตัวแปร X_t ไม่มี unit root

2.2 Augmented Dickey-Fuller test (ADF)

ADF test คือ การทดสอบความนิ่งของข้อมูล (unit root) อีกวิธีหนึ่งที่พัฒนามาจาก DF test เนื่องจากวิธี DF test ไม่สามารถทำการทดสอบตัวแปรในกรณีที่ตัวแปรมีลักษณะเป็นอัตสหสัมพันธ์ (serial correlation) ในค่าความคลาดเคลื่อน (error term: ε_t) ที่มีลักษณะความสัมพันธ์กันเองในระดับสูง โดยมีสมการดังนี้

$$\Delta X_t = \theta X_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (6)$$

$$\Delta X_t = \alpha + \theta X_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$\Delta X_t = \alpha + \beta t + \theta X_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

ซึ่งจำนวนตัวล่า (Lagged term:) สามารถใส่ไปจนกระทั่งไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (serial correlation) ในส่วนของค่าความคลาดเคลื่อน (error term)

การทดสอบจะพิจารณา θ โดยเปรียบเทียบค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้กับค่าที่เหมาะสมจากตาราง Augmented Dickey-Fuller ซึ่งมีสมมติฐานการทดสอบเช่นเดียวกับวิธี DF (Enders, 1995)

งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ภารดี ประเสริฐลาภ (2526) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของราคาตามฤดูกาลของข้าว พบว่าความสัมพันธ์ของราคาภายใน คือ ราคาฟาร์มกับราคาขายส่งกรุงเทพฯ ของข้าวอยู่ในระดับสูง คือ สูงสุดประมาณร้อยละ 95 – 98 ทั้งในระยะเก็บเกี่ยวและหลังระยะเก็บเกี่ยว โยมีค่าสัมประสิทธิ์การถ่ายทอดสูงเช่นกัน คือ 0.98 – 1.1 ซึ่งสัดส่วนในการเปลี่ยนแปลงราคาในระดับฟาร์มต่อราคาขายส่งกรุงเทพฯ มีค่าเท่ากับ 0.90 และการเปลี่ยนแปลงของราคาในระดับฟาร์มต่อราคาข้าวสารในระดับ



ขายส่งกรุงเทพฯ มีค่าเท่ากับ 0.59 และความสัมพันธ์ของราคาขายส่งออกเป็นไปในระดับต่ำ คือ ไม่เกินร้อยละ 57 โดยมีสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในราคาขายส่งกับราคาส่งออกเท่ากับ 0.29 ทำนองเดียวกันประสิทธิภาพการถ่ายทอดราคาจากตลาดส่งออกสู่ตลาดภายในของข้าวมีค่าสูงสุดในฤดูหลังเก็บเกี่ยวไม่เกิน 0.62 และเป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงราคาข้าวตกต่ำประสิทธิภาพการถ่ายทอดราคาของตลาดส่งออกอยู่ในระดับสูงกว่าในช่วงที่ราคาเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่การศึกษาการส่งผ่านราคาของราคาข้าวไทยของ **สุนันทา ตันพัฒนา (2539)** พบว่า ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาข้าวเปลือกและราคาข้าวสารขายส่งมีราคาประมาณร้อยละ 3.0 ขึ้นไป ส่วนค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาของราคาขายส่งกับราคาส่งออกมีค่าประมาณร้อยละ 0.60 ขึ้นไป และได้พิจารณาลักษณะการเคลื่อนไหวของราคาข้าวในทุกชั้นมาตรฐานพบว่า ราคาในเดือนปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับราคาในเดือนที่ผ่านมาแล้วไม่เกิน 2 เดือน แสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารทางด้านราคามีประโยชน์อย่างมากในการกำหนดราคาข้าว นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาและความเชื่อมโยงราคาใน ตลาดกลางข้าวเปลือกภาคกลางและตลาดกรุงเทพฯ ของ **อิสราพร ตระกูลพรนิมิต (2544)** ปรากฏว่า มีการส่งผ่านราคาจากราคาขายส่งข้าวสาร 100% และ 5% ไปยังราคาข้าวเปลือก ณ ตลาดกลางสินค้าเกษตรจังหวัดพิษณุโลกและสุพรรณบุรี ด้วยค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.95 และ 0.88 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่า ณ ตลาดกลางทำข้าวก้านันทรัง ซึ่งมีค่าประมาณ 0.5 ส่วนการส่งผ่านราคาข้าวเปลือก ณ ตลาดกลางทำข้าวก้านันทรัง มีความยืดหยุ่นการส่งผ่านราคาไปยังตลาดกลางสินค้าเกษตรจังหวัดพิษณุโลกและสุพรรณบุรีสูง และยังพบว่าเกษตรกรไม่ค่อยพอใจกับราคาเท่าที่ควรในการกำหนดราคาข้าวในแต่ละระดับตลาดนั้น ราคาข้าวเปลือกถูกกำหนดจากพ่อค้า ซึ่งเป็นตัวแทนโรงสี ในการตั้งราคาของโรงสีจะอิงราคาส่งออกและต้นทุนในการสีข้าว ดังนั้นข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการเชื่อมโยงตลาดในแต่ละท้องถิ่น

ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ได้เลือกศึกษาราคาข้าวคุณภาพสูงและคุณภาพต่ำ โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย กรมศุลกากร และสมาคมโรงสีข้าว รวมจำนวนทั้งสิ้น 77 ชุดข้อมูล

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเบื้องต้นของปริมาณและราคาของข้าว จากนั้นนำข้อมูลมาทำการทดสอบความนิ่งของข้อมูล และใช้ข้อมูลที่มีความหยุดนิ่งมาวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออกข้าวทั้ง



ข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ ด้วยแบบจำลองถดถอยดังสมการที่ 9 โดยสมมติฐาน คือ ตัวแปรอธิบายทุกตัว ($P_{EXt}, P_{Farmt-1}$) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรอิสระ (P_{Farmt})

$$\ln P_{Farmt} = \beta_0 + \beta_1 \ln P_{EXt} + \beta_2 \ln P_{Farmt-1} + \varepsilon_t \quad (9)$$

โดยที่ P_{Farmt} = ราคาข้าวเปลือกชนิดที่ i ณ เวลาที่ t

เมื่อ i = 1 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ

= 2 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกเหนียว

= 3 และ 4 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกเจ้า

P_{EXt} = ราคาส่งออกข้าวชนิดที่ i ณ เวลาที่ t

เมื่อ i = 1 หมายถึง ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

= 2 หมายถึง ราคาส่งออกข้าวเหนียว

= 3 หมายถึง ราคาส่งออกข้าวขาว 100%

= 4 หมายถึง ราคาส่งออกข้าวขาว 25%

$P_{Farmt-1}$ = ราคาข้าวเปลือกชนิดที่ i ณ เวลาที่ t-1

เมื่อ i = 1 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ

= 2 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกเหนียว

= 3 และ 4 หมายถึง ราคาข้าวเปลือกเจ้า

β_0 = ค่าคงที่

β_1 = ค่าความยืดหยุ่นของราคาที่เกี่ยวข้องการขายได้ ณ เวลาที่ t (P_{Farmt})

ต่อราคาส่งออก ณ เวลาที่ t-1 (P_{EXt-1})

β_2 = ค่าความยืดหยุ่นของราคาที่เกี่ยวข้องการขายได้ ณ เวลาที่ t (P_{Farmt})

ต่อราคาที่เกี่ยวข้องการขายได้ ณ เวลาที่ t-1 ($P_{Farmt-1}$)

ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาภาวะทั่วไปของปริมาณและราคาข้าว จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความนิ่งของข้อมูลเพื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ภาวะทั่วไปทางด้านปริมาณและราคาข้าว

1.1 ปริมาณข้าว

จากข้อมูลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่า ข้าวเปลือกหอมมะลามีผลผลิตออกตามฤดูกาล คือ ในช่วงเดือนตุลาคม – มกราคมของปีถัดไป ซึ่งปริมาณผลผลิตรวมรายปีตามปีการเพาะปลูก ซึ่งในปี 2556 มีปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกหอมมะลิตั้งถึง 8.14 ล้านตัน เพิ่มขึ้น



จากปี 2551 ถึงร้อยละ 23.15 ทางด้านปริมาณข้าวเปลือกเหนียวซึ่งมีฤดูเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาใกล้เคียงกับข้าวเปลือกหอมมะลิ คือ ช่วงเดือนกันยายน – มกราคมของปีถัดไป โดยในปี 2556 มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดสูงเช่นกัน อยู่ที่ 8.37 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ร้อยละ 22.99 ทั้งนี้ ปริมาณผลผลิตรวมของข้าวเปลือกหอมมะลิและข้าวเปลือกเหนียวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกเจ้าในปี 2556 อยู่ที่ 22.23 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ร้อยละ 16.43 แต่ในปี 2556 ปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกเจ้าลดลงจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 9.17 เป็นผลมาจากเกิดภาวะแห้งแล้งอย่างหนักทำให้ปริมาณผลผลิตลดลงจากฐานสูง อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบระยะเวลาเดียวกันปีก่อนปริมาณผลผลิตของข้าวเปลือกหอมมะลิ ข้าวเปลือกเจ้า และข้าวเปลือกเหนียวมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.49 10.07 และ 11.76 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกที่ออกสู่ตลาดรวมรายปีการเพาะปลูก 2551-2556

ปี	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว
2551	6,609,497.30	19,092,284.09	6,801,278.61
2552	6,667,169.98	18,400,892.23	6,873,732.79
2553	7,625,923.95	19,458,265.06	7,823,433.98
2554	7,336,838.53	21,448,808.16	7,497,752.31
2555	7,302,677.57	24,473,735.14	7,485,958.29
2556	8,139,899.36	22,229,928.35	8,365,147.30
%Y-o-Y เฉลี่ย	11.49	10.07	11.76

ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตรและจากการคำนวณ (หน่วย : ตัน)

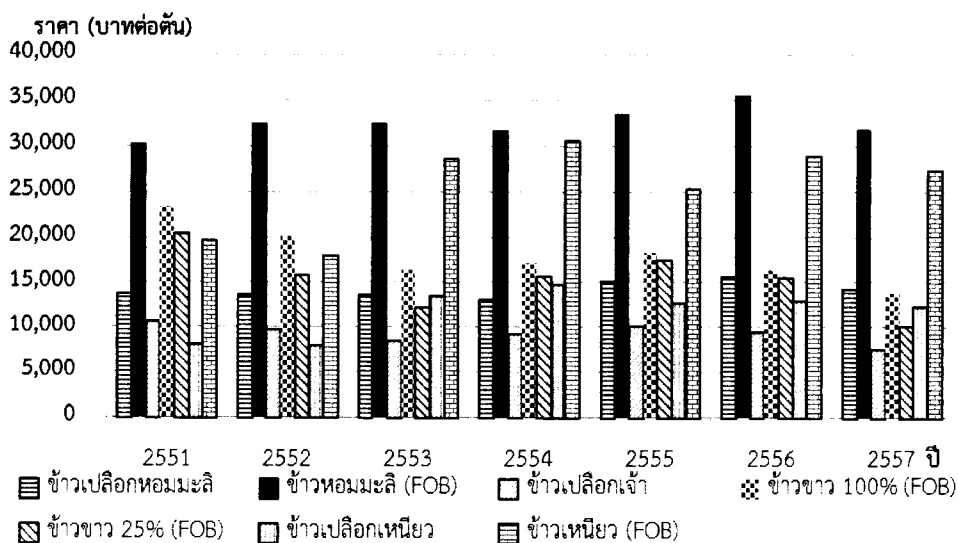
1.2 ราคาข้าว

ราคาข้าวเฉลี่ยรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2551 – พฤษภาคม 2557 แสดงดังภาพที่ 2 พบว่า ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิเฉลี่ยในปี 2556 มีราคาสูงที่สุดอยู่ที่ 15,592.80 บาทต่อตัน ซึ่งสูงกว่าราคาเฉลี่ยรวมตั้งแต่ปี 2551 – 2557 ถึง 1,510.57 บาทต่อตัน และสูงกว่าราคาข้าวเปลือกเจ้า และข้าวเปลือกเหนียวในปีเดียวกันถึง 6,203.16 และ 2,731.87 บาทต่อตัน ตามลำดับ เมื่อเทียบราคาข้าวเปลือกแต่ละชนิดกับเดือนก่อน(%M-o-M) พบว่า ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ ข้าวเปลือกเจ้า และข้าวเปลือกเหนียวมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.53 0.26 และ 0.80 ตามลำดับ

ทางด้านราคาข้าวสารภายในประเทศราคาข้าวหอมมะลิเฉลี่ยสูงสุดคือ ปี 2556 อยู่ที่ 32,867.77 บาทต่อตัน ซึ่งสูงเกินกว่า 1 เท่าของราคาข้าวขาวแต่ละชนิดเฉลี่ยในปีเดียวกัน โดยราคาข้าวขาวเฉลี่ยในปี 2556 นี้ได้ลดลงจากปี 2551 อย่างมากเช่นกัน ขณะที่ราคาข้าวเหนียวเฉลี่ยสูงสุดคือ ปี 2554 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 27,093.96 บาทต่อตัน อย่างไรก็ตามอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวภายในประเทศจากเดือนก่อนเฉลี่ย (%M-o-M เฉลี่ย) สูงสุดคือ ราคาข้าวขาวหักชนิด A1 เลิศ มี



อัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยร้อยละ 2.46 รองลงมาคือ ราคาข้าวขาวหักชนิด A1 พิเศษ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยร้อยละ 2.37 ราคาข้าวขาว 5% มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยร้อยละ 0.31 ขณะที่อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวขาว 100% มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยต่ำสุดคือ ร้อยละ 0.28 อีกทั้งอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยของราคาข้าวหอมมะลิยังต่ำกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของข้าวเหนียว คือ เฉลี่ยร้อยละ 0.62 และ 0.85 ตามลำดับ



ภาพที่ 2 ราคาข้าวเฉลี่ยรายเดือน ตั้งแต่ ม.ค. 2551 - พ.ค. 2557

สำหรับราคาส่งออกข้าวไทยมีความสอดคล้องกับราคาข้าวภายในประเทศเช่นกัน คือ ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิเฉลี่ยสูงสุดยังคงอยู่ในปี 2556 และสูงกว่าราคาข้าวขาวชนิดอื่นเกินกว่า 1 เท่า แต่สำหรับอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกข้าวจากเดือนก่อนเฉลี่ย (%M-o-M เฉลี่ย) สูงสุดคือ ราคาส่งออกข้าวเหนียว มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยถึงร้อยละ 0.87 รองลงมาคือ ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยร้อยละ 0.61 สำหรับอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาเฉลี่ยที่ต่ำสุดคือ ข้าวขาวชนิด 25% และข้าวขาวหักชนิด A1 เลิศ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.11 เท่านั้น ขณะที่ข้าวขาว 100% มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยถึงร้อยละ 0.35

2. การวิเคราะห์ความนิ่งของข้อมูล

การทดสอบความนิ่งตัวแปรแต่ละตัวโดยใช้การทดสอบตามวิธี Augmented Dickey-Fuller ผลการทดสอบ พบว่าตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนิ่งเมื่อมี integrated order เท่ากับ 0 หรือ $I(0)$ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า ADF test statistic พบว่าตัวแปรทุกตัวสามารถปฏิเสธสมมติฐานว่างได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ตารางที่ 3)



ตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าความนิ่งของข้อมูลด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller ณ ระดับ Level

ตัวแปร		Lag length	DW ^c	ADF Test Statistic ^d
ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ	Intercept	0	1.950756	-5.764664
	Trend and Intercept	0	1.946306	-5.713237
	None	0	1.952311	-5.809399
ราคาข้าวเปลือกเหนียว	Intercept	0	1.947905	-6.104895
	Trend and Intercept	0	1.945026	-6.119263
	None	0	1.950872	-6.114444
ราคาข้าวเปลือกเจ้า	Intercept	0	1.878733	-6.399938
	Trend and Intercept	0	1.866807	-6.475635
	None	0	1.878645	-6.443932
ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ	Intercept	0	1.816175	-5.436590
	Trend and Intercept	0	1.808946	-5.454992
	None	0	1.817421	-5.469521
ราคาส่งออกข้าวเหนียว	Intercept	0	1.803342	-5.558730
	Trend and Intercept	0	1.800096	-5.588674
	None	0	1.804678	-5.573049
ราคาส่งออกข้าวขาว ชนิด 100%	Intercept	0	1.777926	-5.563401
	Trend and Intercept	0	1.772874	-5.567082
	None	0	1.777413	-5.600874
ราคาส่งออกข้าวขาว ชนิด 25%	Intercept	0	1.805611	-5.496530
	Trend and Intercept	0	1.800700	-5.491655
	None	0	1.804789	-5.528229

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ^c DW คือ ค่า Durbin-Watson Statistic^d ADF Test Statistic คือ ค่าสถิติซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวสามารถปฏิเสธสมมติฐานว่างที่กล่าวว่าตัวแปรไม่คงที่หรือไม่มีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติในช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ทุกตัวแปร

3. การส่งผ่านราคาข้าว

ในการศึกษา ได้ทำการศึกษาการส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำด้วยกัน 2 ลักษณะ โดยลักษณะแรกคือ การศึกษาการศึกษาการส่งผ่านราคาของข้าวเมื่อพิจารณาจากคุณค่าทางโภชนาการ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ (ข้าวคุณภาพสูง) และข้าวเหนียว (ข้าวคุณภาพต่ำ) ลักษณะที่สองคือ



การศึกษาการส่งผ่านราคาของข้าวเมื่อพิจารณาจากกายภาพข้าว ได้แก่ ข้าวขาว 100% (ข้าวคุณภาพสูง) และข้าวขาว 5% (ข้าวคุณภาพต่ำ) ดังจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เกี่ยวข้องการขายได้กับราคาส่งออกข้าว

จากผลการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) โดยกำหนดให้ราคาข้าวเปลือกเป็นตัวแปรตาม (dependent variable) และราคาส่งออกข้าวและราคาข้าวเปลือกในเดือนก่อนหน้าเป็นตัวแปรต้น (independent variable) เพื่อทดสอบว่าราคาส่งออกข้าว ณ เวลาที่ t และราคาข้าวเปลือก ณ เวลาที่ $t-1$ ของข้าวแต่ละชนิดนั้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือก ณ เวลาที่ t ได้เพียงพอหรือไม่ ทั้งนี้จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (coefficient of determination: R^2) หากค่า R^2 มีค่าสูงแสดงว่าราคาส่งออกข้าว ณ เวลาที่ t และราคาข้าวเปลือก ณ เวลาที่ $t-1$ นั้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือก ณ เวลาที่ t ได้สูงด้วยเช่นกัน ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

Model I: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาเปลือกหอมมะลิกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

$$\ln P_{Farm1t} = 5.0715^* + 0.6482 \cdot \ln P_{EV1t}^* + 0.8796 \cdot \ln P_{Farm1t-1}^*$$

$$(5.0714) \quad (0.0631) \quad (0.0553)$$

$$R-squared = 0.9045 \quad Adjusted R-squared = 0.9019$$

$$DurbinWatson = 1.7537 \quad F-test = 345.6928^*$$

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ค่าภายในวงเล็บ หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ผลการถดถอยระหว่างราคาข้าวเปลือกหอมมะลิกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ พบว่า ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิมีอิทธิพลในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกหอมมะลิร้อยละ 90.45 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งอธิบายได้ว่าถ้าราคาส่งออกข้าวหอมมะลิในเวลาที่ t เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในเวลาที่ t เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6482

Model II: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาเปลือกเหนียวกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

$$\ln P_{Farm2t} = 4.3313^* + 0.7536 \cdot \ln P_{EV2t}^* + 0.8975 \cdot \ln P_{Farm2t-1}^*$$

$$(0.5081) \quad (0.0750) \quad (0.8975)$$

$$R-squared = 0.9790 \quad Adjusted R-squared = 0.9784$$

$$DurbinWatson = 2.1662 \quad F-test = 1,699.666^*$$

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ค่าภายในวงเล็บ หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ผลการถดถอยระหว่างราคาข้าวเปลือกเหนียวกับราคาส่งออกข้าวเหนียว พบว่า ราคาส่งออกข้าวเหนียวมีอิทธิพลในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกเหนียวร้อยละ 97.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งอธิบายได้ว่าถ้าราคาส่งออกข้าวเหนียวในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ราคาข้าวเปลือกเหนียวในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7536

Model III: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาเปลือกหอมมะลิกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

$$\ln P_{Farm3t} = 4.9710^* + 0.6590 \cdot \ln P_{EV3t}^* + 0.7012 \cdot \ln P_{Farm3t-1}^*$$

$$(0.3050) \quad (0.0481) \quad (0.0831)$$

$$R-squared = 0.9319 \quad Adjusted R-squared = 0.9300$$

$$DurbinWatson = 2.2709 \quad F-test = 499.0879^*$$

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ค่าภายในวงเล็บ หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ผลการถดถอยระหว่างราคาข้าวเปลือกเจ้ากับราคาส่งออกข้าวขาว 100% พบว่า ราคาส่งออกข้าวขาว 100% มีอิทธิพลในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกเจ้าร้อยละ 93.19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งอธิบายได้ว่าถ้าราคาส่งออกข้าวขาว 100% ในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ราคาข้าวเปลือกเจ้าในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6590

Model IV: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาเปลือกหอมมะลิกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

$$\ln P_{Farm4t} = 5.8616^* + 0.5326 \cdot \ln P_{EV4t}^* + 0.7276 \cdot \ln P_{Farm4t-1}^*$$

$$(0.2713) \quad (0.0440) \quad (0.0732)$$

$$R-squared = 0.9230 \quad Adjusted R-squared = 0.9209$$

$$DurbinWatson = 2.2272 \quad F-test = 437.5716^*$$

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ค่าภายในวงเล็บ หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ผลการถดถอยระหว่างราคาข้าวเปลือกเจ้ากับราคาส่งออกข้าวขาว 25% พบว่า ราคาส่งออกข้าวขาว 25% มีอิทธิพลในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกเจ้าร้อยละ 92.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งอธิบายได้ว่าถ้าราคาส่งออกข้าวขาว 25% ในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ราคาข้าวเปลือกเจ้าในเวลา t เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5326



ตารางที่ 4 สรุปผลการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

$$\ln P_{Farm\ t} = \beta_0 + \beta_1 \ln P_{EX\ t} + \beta_2 \ln P_{Farm\ t-1} + \varepsilon_t$$

ราคาข้าวเปลือก	ค่าสัมประสิทธิ์			R ²	DW	F - Statistic
	β_0	β_1	β_2			
ราคาข้าวหอมมะลิ	5.0715 (0.0000)	0.6482 (0.0000)	0.8796 (0.0000)	0.9045	1.7537	345.6928 (0.0000)
ราคาข้าวเหนียว	4.3313 (0.0000)	0.7536 (0.0000)	0.8975 (0.0000)	0.9790	2.1662	1699.666 (0.0000)
ราคาข้าวขาวชนิด 100%	4.9710 (0.0000)	0.6590 (0.0000)	0.7012 (0.0000)	0.9319	2.2709	499.0879 (0.0000)
ราคาข้าวขาวชนิด 25%	5.8616 (0.0000)	0.5326 (0.0000)	0.7276 (0.0000)	0.9230	2.2272	437.5716 (0.0000)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ค่าภายในวงเล็บคือค่า p-value ของ t-Statistic

3.2 การเปรียบเทียบการส่งผ่านราคาข้าวระหว่างข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ

จากการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาในหัวข้อที่ผ่านมา เมื่อนำมาเปรียบเทียบระหว่างข้าวแต่ละชนิด โดยแบ่งการเปรียบเทียบออกเป็น 2 ประเภทคือ การเปรียบเทียบตามคุณค่าทางโภชนาการ และการเปรียบเทียบตามลักษณะทางกายภาพข้าว ทั้งข้าวคุณภาพสูงและข้าวคุณภาพต่ำ อธิบายได้ว่าการเปรียบเทียบการส่งผ่านราคาตามคุณค่าทางโภชนาการ พบว่า ข้าวคุณภาพสูงมีการส่งผ่านราคาต่ำกว่าข้าวคุณภาพต่ำ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกข้าวหอมมะลิส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ ต่ำกว่า การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกข้าวเหนียวที่มีต่อราคาข้าวเปลือกเหนียว ($0.6482 < 0.7536$) ดังตารางที่ 5 สำหรับการเปรียบเทียบการส่งผ่านราคาตามลักษณะทางกายภาพข้าว พบว่า ข้าวคุณภาพสูงมีการส่งผ่านราคาสูงกว่าข้าวคุณภาพต่ำ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกข้าวขาว 100% ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาข้าวเปลือกเจ้า สูงกว่า การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกข้าวขาว 25% ที่มีต่อราคาข้าวเปลือกเจ้า ($0.6590 > 0.5326$) ดังตารางที่ 6 อย่างไรก็ตามข้าวแต่ละชนิดนั้นจะถูกกำหนดโดยราคาของข้าวชนิดนั้นในเวลา $t-1$ เป็นสำคัญ



ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบการส่งผ่านราคาตามคุณค่าทางโภชนาการ

คุณภาพสูง (ข้าวหอมมะลิ)		คุณภาพต่ำ (ข้าวเหนียว)	
ค่าคงที่	5.0715	4.3313	ค่าคงที่
ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ	0.6482	0.7536	ราคาส่งออกข้าวเหนียว
ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ ณ เวลา t-1	0.8796	0.8975	ราคาข้าวเปลือกเหนียว ณ เวลา t-1

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการส่งผ่านราคาข้าวตามกายภาพข้าว

คุณภาพสูง (ข้าวขาว 100%)		คุณภาพต่ำ (ข้าวขาว 25%)	
ค่าคงที่	4.9710	5.8616	ค่าคงที่
ราคาส่งออกข้าวขาว 100%	0.6590	0.5326	ราคาส่งออกข้าวขาว 25%
ราคาข้าวเปลือกเจ้า ณ เวลา t-1	0.7012	0.7276	ราคาข้าวเปลือกเจ้า ณ เวลา t-1

การอภิปรายผล

ปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกของประเทศไทยที่ออกสู่ตลาดและราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ ข้าวเจ้า และข้าวเหนียวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศอินเดีย ประสบปัญหาภัยแล้งทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ในส่วนของราคาข้าวภายในประเทศและราคาส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นกันแต่ยังคงต่ำกว่าราคาข้าวของประเทศอินเดีย เนื่องจากประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญไม่ได้ใช้นโยบายด้านการแข่งขันราคา โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ราคาข้าวเปลือกและราคาส่งออกข้าว และเนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการส่งผ่านราคามีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจะต้องทดสอบความเป็นอิสระสัมพันธ์ของข้อมูลตามทฤษฎีของ David A. Dickey และ Wayne A. Fuller เสียก่อนจึงจะสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความนิ่งของข้อมูลที่ระดับ Level และข้อมูลทุกตัวมีความหยุดนิ่งทั้งการทดสอบในกรณี Intercept กรณี Trend and Intercept และกรณี None ที่ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวเปลือกและราคาส่งออกข้าว เมื่อพิจารณาตามคุณค่าทางโภชนาการ พบว่า การส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ (ข้าวเหนียว) มีประสิทธิภาพสูงกว่าการส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพสูง (ข้าวหอมมะลิ) เป็นผลมาจากการส่งออกข้าวเหนียวของไทยไม่มีการแข่งขันมากนัก เพราะตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดที่ต้องการนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการทำอุตสาหกรรมแป้งข้าวเหนียวและผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กอปรกับข้าวหอมมะลมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงอันสืบเนื่องมาจากความนิยมบริโภคข้าวหอมท้องถิ่นมากขึ้น เช่น ข้าวหอมเวียตนาม ข้าวหอมเม็กซิโก รวมถึงกรณีการปลอมปนข้าวหอมมะลิในตลาดจีน ทำให้ราคาข้าวหอมมะลิของไทยมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก อีกทั้งยังสอดคล้องกับอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ย



(%M-o-M เกลี้ย) ที่ราคาข้าวหอมมะลียู้อยู่ต่ำกว่าราคาข้าวเหนียว ส่วนในการพิจารณาการส่งผ่านราคาตามกายภาพข้าว พบว่า การส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพสูง (ข้าวขาว 100%) มีประสิทธิภาพสูงกว่าการส่งผ่านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ (ข้าวขาว 25%) เนื่องจากข้าวขาว 100% เป็นข้าวที่มีความต้องการในตลาดของต่างประเทศรองจากข้าวหอมมะลิ ทำให้มีการแข่งขันทางการตลาดในข้าวขาว 100% สูงกว่าข้าวขาว 25% ซึ่งข้าวขาว 25% นั้นเป็นข้าวในตลาดล่างและตลาดข้าวยังไม่กว้างขวางนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตข้าวคุณภาพต่ำ คือ ข้าวเหนียว เพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมขนมและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากไทยยังสามารถรักษาระดับราคาได้ในเกณฑ์ดีอื่น จะช่วยให้เกษตรกรได้รายรับที่สูงขึ้น

2. รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการโรงสีข้าวโดยการแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสารให้สูญเสียลักษณะทางกายภาพของเมล็ดข้าวน้อยที่สุด อันเนื่องมาจากคุณภาพจากการแปรรูปข้าวขาว 100% กับข้าวขาว 25% มีราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการทำกำไรของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อราคาของข้าวไทยเพิ่มเติม เช่น ราคาข้าวในตลาดโลก ราคาปัจจัยการผลิต ต้นทุนราคา เป็นต้น นอกจากนี้ควรใช้ข้อมูลที่มีการย้อนหลังมากขึ้นและควรมีการแบ่งช่วงเวลาของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจด้วย



เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าภายใน. (2557). “ราคาข้าวสาร ณ ตลาดกรุงเทพฯ.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dit.go.th/pricelist/showmonthly.asp>. สืบค้นวันที่ 13 พฤษภาคม 2557.
- ภารดี ประเสริฐลาภ. (2526). ความสัมพันธ์ราคาตามฤดูกาลของข้าว ข้าวโพด อ้อย และน้ำตาลของไทย. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มาณะสิริ เชาวกุล. (2539). การตรวจสอบค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา. วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ 3: 133-138.
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. 2557. “ราคาส่งออกข้าว FOB.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.thairiceexporters.or.th/List_%20of_statistic.htm. สืบค้นวันที่ 13 พฤษภาคม 2557.
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2557). “อัตราแลกเปลี่ยน.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thairiceexporters.or.th/exchange%20rate.htm>. สืบค้นวันที่ 13 พฤษภาคม 2557.
- สมาคมโรงสีข้าวไทย. 2257. “ราคาข้าวสารภายในประเทศ.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.thairicemillers.com/index.php?option=com_content&task=category§ionid=8&id=21&Itemid=53. สืบค้นวันที่ 13 พฤษภาคม 2557.
- สุนันทา ตันพัฒนา. (2539). การวิเคราะห์การส่งผ่านราคาและการเคลื่อนไหวของราคาข้าวไทย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). “ปริมาณผลผลิตข้าวเปลือก.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.oae.go.th/main.php?filename=underconstruction>. สืบค้นวันที่ 13 พฤษภาคม 2557.
- อิสราพร ตระกูลพรนิมิต. (2545). การวิเคราะห์การส่งผ่านราคาและความเชื่อมโยงของราคาในตลาดกลางข้าวเปลือกภาคกลางและตลาดกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Dickey, D. A.; Fuller, W. A. (1979). "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root". Journal of the American Statistical Association 74 (366): 427-431.
- Enders, W. (2004). Applied econometric time series. John Wiley & Sons Ltd.

ภาพความหมายบนซองบุหรี่กับทัศนคติในการสูบบุหรี่

The meaning of pictures on cigarette packs with the attitude to smoking

จอห์นพดล วคินสุนทร¹ นักศึกษา²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ภาพความหมายบนซองบุหรี่กับทัศนคติในการสูบบุหรี่” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ภาพบนซองบุหรี่ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1) คือเพื่อศึกษาความหมายของภาพบนซองบุหรี่ และวิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ทั้งบุคคลที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) คือเพื่อศึกษาทัศนคติทางความคิดต่อภาพบนซองบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า การที่นำภาพเกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการสูบบุหรี่มาไว้หน้าซองบุหรี่ ภาพที่นำมานั้นเป็นภาพที่เกิดขึ้นจริงจากการสูบบุหรี่ และยังสามารถทำให้ผู้สูบบุหรี่หรือผู้พบเห็นตระหนักถึงโทษของการสูบบุหรี่ได้เพียงระดับหนึ่ง แต่ไม่สำเร็จเท่าที่ควร ในด้านทัศนคติ ให้ความคิดเห็นว่าภาพบนซองบุหรี่บ่งบอกถึงความรุนแรงของโรคอยู่ในระดับความรุนแรงและความน่ากลัวที่น้อย ผู้คนยังคงมีความพึงพอใจต่อคนสูบบุหรี่อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ภาพความหมาย ของบุหรี่ ทัศนคติการสูบบุหรี่

Abstract

“The meaning of pictures on cigarette packs with the attitude to smoking.” is study by Mix Research metrology of qualitative data collection for analyzing the meaning of pictures on cigarette package. To meet the objectives of the research question 1) Study the meaning of pictures on cigarette package and use quantitative data collection and sample of students from Chiang Mai Rajabhat University, both individual smokers and non-smokers. A sample of 400 people, To meet the objectives of the research question 2) Study the attitude to smoking of the students thought the Pictures on cigarette package.

The results showed that pictures on cigarette package with the attitude to smoking that taken are of the actual Pictures of disease. And can also make the smoker or the

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² กลุ่มนักศึกษาแผนกโฆษณาภาคพิเศษ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



spectator aware of the danger of smoking is only one level. But failed to do that In terms of attitudes noted that the images on cigarette packs indicate the severity of the disease, the level of violence and fear less. People still have a preference for smoking at a high level.

Keyword : The Meaning of Pictures, Cigarette Packs, Attitude to Smoking.

บทนำ

บุหรี่ เป็นสิ่งเสพติดอย่างอ่อนที่ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศ ซึ่งทำรายได้แก่ผู้ผลิตและรัฐบาลจำนวนมาก แต่บุหรี่ถือว่าเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดโรคร้ายแรงหลายอย่างของระบบทางเดินหายใจ หัวใจ และระบบหมุนเวียนโลหิต พิษของบุหรี่เป็นฤทธิ์ผสมของสารพิษต่างๆ ในควันบุหรี่ที่สูดดมเข้าทางปาก และจมูก คนที่ติดบุหรี่มีโอกาสเป็นมะเร็งที่ปอด ปาก หลอดลม กระเพาะปัสสาวะ หรือที่ตับอ่อน เสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจมากกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่ และอาจมีอันตรายต่อทารกในครรภ์ และผู้ที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงด้วย

ภาพบนซองบุหรี่เป็นอีกสื่อหนึ่งที่กระทรวงสาธารณสุขเห็นว่าจะเป็นตัวกลางที่จะทำให้คนในสังคมตระหนักถึงปัญหาที่จะตามมา ไม่ใช่แค่ตัวผู้สูบเองรวมไปถึงผู้ที่อยู่บริเวณโดยรอบด้วยที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน จึงได้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ใส่บุหรี่เป็นรูปโรคร้ายที่เกิดจากการสูบบุหรี่ต่างๆ ไว้หน้าซอง ปัจจุบันได้มีการเพิ่มขนาดของภาพและภาพที่มีความสมจริงมากขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้วิจัยยังคงสงสัยว่าภาพบนซองบุหรี่มีผลต่อพฤติกรรมของบริโภคเองหรือผู้ที่พบเห็นจริงหรือไม่ และจะมีความคิดอย่างไรเมื่อเห็นภาพเหล่านั้นเกิดความกลัวหรือไม่ และภาพจะสามารถทำให้จำนวนผู้สูบบุหรี่ลดลงได้หรือไม่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดความคิดทำการวิจัยเรื่องนี้ขึ้นมาเพื่อศึกษาความหมายของภาพบนซองบุหรี่ว่ามีผลต่อความกลัว หรืออาจส่งผลต่อพฤติกรรมต่อผู้สูบและผู้พบเห็นหรือไม่ และผลการวิจัยจะทำให้เห็นถึงทัศนคติต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ผ่านงานวิจัยนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการรณรงค์การลดการสูบบุหรี่ในกลุ่มนักศึกษาอีกด้วย

คำนิยามเชิงปฏิบัติที่ใช้ในงานวิจัย

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้สูบบุหรี่ หมายถึง นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่สูบบุหรี่

ภาพ หมายถึง ภาพที่ปรากฏบนซองบุหรี่ บ่งบอกถึงโรคต่าง ๆ ที่เกิดจากการบริโภค



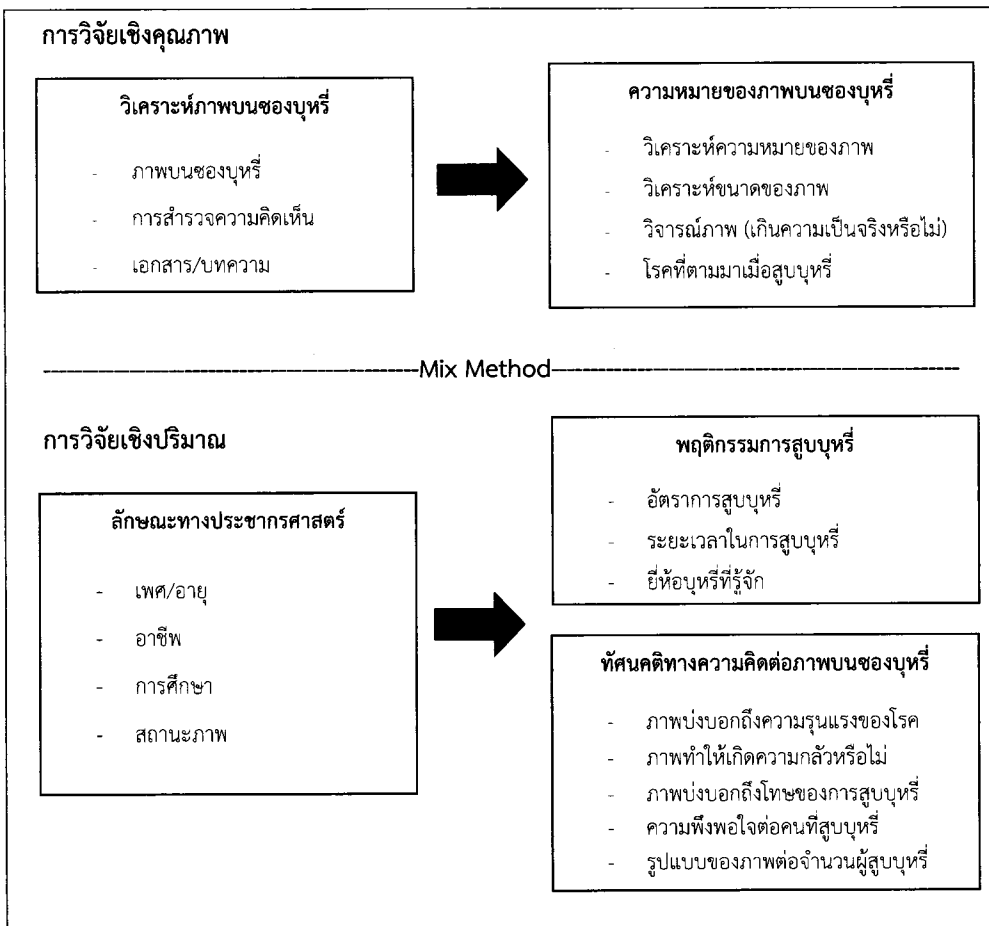
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายของภาพบนซองบุหรี่ต่อพฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่
2. เพื่อศึกษาทัศนคติทางความคิดต่อภาพบนซองบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เข้าใจถึงความหมายของภาพบนซองบุหรี่ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่
2. ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทัศนคติทางความคิดของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่เพื่อใช้ในการวางแผนรณรงค์สูบบุหรี่

กรอบแนวคิดการวิจัย





แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สัญวิทยา (Semiology)

สัญวิทยา (Semiology) ประกอบไปด้วยคำว่า Semio คือ Sign และ Logy คือ Science ดังนั้น Semiology จึงหมายถึง ศาสตร์แห่งสัญญาณ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สัญศาสตร์ (Semiotics) ซึ่งเป็นหลักวิชาการแขนงหนึ่งที่ศึกษากระบวนการสื่อความหมาย โดยพิจารณาธรรมชาติของหน่วยสื่อความหมายและขั้นตอนการทำงานของมัน เพื่อทำความเข้าใจว่าความหมายถูกสื่อความหมายออกมาได้อย่างไร

แนวคิดสัญวิทยาและการสร้างความหมาย (Semiology and Signification) สัญวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์ ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของมนุษย์ อันถือเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวของเรา สัญลักษณ์น่าจะได้แก่ ภาษา รหัส สัญญาณ เครื่องหมาย ฯลฯ

สัญวิทยาเป็นทฤษฎีที่นำมาอธิบายการสื่อสารของมนุษย์ว่า การสื่อสารคือจุดกำเนิดของความหมาย ซึ่งการศึกษาแนวนี้จะไม่สนใจความล้มเหลวของการสื่อสาร และไม่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและความถูกต้อง แต่เป็นแนวทางการศึกษาเชิงสังคมหรือความแตกต่างของวัฒนธรรมระหว่างผู้ให้และผู้รับสาร ตลอดจนความหลากหลายของความหมายภายในระบบภาษา วัฒนธรรม และความความเป็นจริงที่ไม่สามารถแสดงผลเป็นลูกศรหรือเป็นเส้นตรงของกระแสการไหลของข่าวสาร

อาทิ แหวนหมั้น นกหวีด ดริมแคลชเชอร์ ไอโฟน เหล้า

สัญวิทยา (Semiology) หรือสัญศาสตร์ (Semiotics) เป็นศาสตร์ที่เพิ่งได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยมีนักวิชาการหลายท่านเช่น ชาร์ล เพียร์ส (C. Peirce) ปี 1839-1914 นักปรัชญาสังคมชาวอเมริกัน และ เฟอร์ ดินันด์ เดอ โซซูร์ (F. de Saussure) ปี 1857-1913 นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส ซึ่งปัจจุบันทฤษฎีดังกล่าวได้รับความนิยมในการใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

1) สัญญาณตามแนวคิดของเพียร์ส (C. Peirce) ได้ให้ความสนใจในความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญญาณกับวัตถุจริงที่จะมีองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) โดยจัดแบ่งประเภทของสัญญาณ (Sign) ออกเป็น 3 แบบ

1.1 ไอคอน (Icon) เป็นสัญญาณที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายกับ วัตถุมากที่สุด เช่นภาพถ่าย รูปปั้น รูปวาด โดยการถอดรหัสของ Icon เพียงแค่เห็นก็สามารถถอดความหมายถึงตัววัตถุได้ง่าย

1.2 อินเด็กซ์ (Index) เป็นสัญญาณที่มีความเกี่ยวพันแบบเป็น เหตุเป็นผลโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เช่น ควันไฟเป็น Index ของไฟหรือรอยเท้าสัตว์ก็จะเชื่อมโยงถึงสัตว์ การถอดรหัสของ Index จึงจำเป็นต้องอาศัยเหตุผลเชื่อมโยงเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง Index กับวัตถุจริง



1.3 ซิมโบว์ (Symbol) เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีมีความเกี่ยวพัน เชื่อมโยงอันใดเลยระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุจริง หากแต่ความหมายเกิดจากการตกลงร่วมกันในหมู่ผู้ใช้สัญลักษณ์เช่น ตัวอักษร หรือโลโก้ต่างๆที่สร้างขึ้น การถอดรหัสจึงจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ใช้สัญลักษณ์

2) สัญลักษณ์ตามแนวคิดของ เดอ โซซูร์ (F. de Saussure) ให้ความสนใจกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) โดยระบุว่า สัญลักษณ์ทุกอย่างจะมี 2 มิติ มิติที่หนึ่งคือมิติที่เป็นส่วนร่วมซึ่งเรียกว่า “Language” หรือหลักเกณฑ์ที่ใช้ และมิติที่สองเรียกว่า “Speech” หรือลีลาการใช้ โดยโซซูร์ยังเสนอว่า สัญลักษณ์ย่อดัวหนึ่งจะยังไม่มีมีความหมายในตัวเองจนกว่าจะไปเทียบเคียงกับสัญลักษณ์ย่อดัวอื่นๆที่อาศัยการเปรียบเทียบแบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) เฟอ์ ดินันด์ เดอ โซซูร์ (F. de Saussure) ได้ทำการแยกแยะประเภทและระดับของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรกคือ ความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) อันได้แก่ ความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร ซึ่งเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่ตัวอย่างเช่น ความหมายที่มีการระบุในพจนานุกรม เช่น แม่ คือสตรีผู้ให้กำเนิดลูก หมูเป็นสัตว์สี่เท้า เป็นต้น ส่วนประเภทที่สองคือ ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) ได้แก่ ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงหรือความเข้าใจเฉพาะกลุ่ม หรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล เช่น เวลาพูดถึง “แม่” บางคนอาจนึกถึงความอบอุ่นบางคนอาจนึกถึงความเข้มงวด หรือบางคนอาจนึกไปถึงประสบการณ์อันซับซ้อนเนื่องจากโดนแม่ทั้งในวัยเด็ก (เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์, 2554)

3) ต่อมา นักสัญวิทยาอย่างโรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ได้สนใจศึกษาสัญลักษณ์ประเภทความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เนื่องจากมองว่าเป็นความหมายที่มีความสำคัญอย่างแท้จริงในแง่ของการรับรู้ และความหมายโดยนัยนี้ยังสามารถอธิบายไปได้อีกหลายแนวคิด ซึ่งการความหมายในขั้นนี้จะเป็นการตีความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยซึ่ง ไม่ได้เกิดจากตัวของสัญลักษณ์เอง เป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้และคุณค่าทางวัฒนธรรมของเขา ซึ่งสัญลักษณ์ในขั้นนี้จะทำหน้าที่ 2 ประการ คือ ถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝง และถ่ายทอดความหมายในลักษณะมายาคติ (Myths) ซึ่ง Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด บิดเบือนฐานะการเป็นสัญลักษณ์ของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่มิพบาท “ความคุ้นชิน” (จอห์นพอล วคินสุนทร, 2556)

การนำทฤษฎีเกี่ยวกับสัญลักษณ์มาใช้ศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง สัญลักษณ์ จะสนใจว่า ความหมาย (Signification) มันเกิดขึ้นได้อย่างไร กระบวนการสร้าง อย่างไร มันเจริญเติบโต และมันตายได้อย่างไร โดยมีสื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นการเวลาเรียนทฤษฎีนี้ ต้องเปรียบเทียบกับความแรงของที่แตกต่างกันออกไป ดังรถยนต์เครื่อง 1200 เครื่อง 1500 เครื่อง 2000 ก็เหมือนกับนักทฤษฎีในสาขานี้ที่มีความแรงไม่เท่ากัน (Radicalize) เช่น เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ หรือเกิดขึ้นมาเพื่อจะต่อสู้กับใครในขณะนั้น เช่น



C.Peirce : คนนี้เปรียบเทียบไอ้รถเครื่อง 1200 เขามี concept ว่า Sign มี 3 ประเภท Icon, Index และ Symbol สิ่งที่ Peirce คิดก็คือ แค่ต้องการจะบอกว่าคุณนี่ของจริง อันนี้สัญลักษณ์ทางมากน้อยแค่ไหนกับของจริง ไม่ได้ต้องการปะทะกับใคร พยายามอธิบาย Sign ว่ามันห่างจากของจริงแค่ไหน แนวคิดนี้เกิดขึ้นในอเมริกา

F.de Saussure : คนนี้เปรียบเทียบไอ้รถเครื่อง 1500 Saussure เป็นนักภาษาศาสตร์ จบปริญญาเอกด้านภาษาศาสตร์ ช่วงที่ Saussure กำลังคิดเรื่องสัญลักษณ์นั้น กระแสหลักในสายภาษาศาสตร์กำลังศึกษาตามแนวทาง Diachronic คือ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงความหมายของคำ ตามช่วงเวลา เช่น คำว่า พันธมิตร เมื่อร้อยปีที่แล้วแปลว่าอะไร ต่อมา 50 ปี พันธมิตรแปลว่าอะไร และเมื่อเกิดกลุ่มเสื้อเหลือง คำว่า พันธมิตร แปลว่าอะไร ซึ่ง Saussure เน้นการศึกษาแบบเทียบความหมาย เขาสรุปว่าความหมายเกิดจากการเปรียบเทียบ เหมือนกับการสร้างละคร ถ้ามีแต่ความดีของพระเอกก็จะเป็นความหมายจนกว่าจะเอาความเลวของผู้ร้ายมาเปรียบเทียบ ดังนั้นแนวคิดของ Saussure ที่เน้นการศึกษาแบบเทียบความหมาย และสรุปว่าความหมายเกิดจากการเปรียบเทียบ ซึ่งนักวิชาการภาษาศาสตร์สาย Diachronic ไม่เห็นด้วย

Barthes : เปรียบเหมือนไอ้รถเครื่อง 2000 เป็นคนที่ทำให้งานวิชาการเป็นมิติทางการเมือง หนังสือมาลาจิตของเขาไม่ได้เขียนให้นักวิชาการอ่าน แต่เขียนลงหนังสือพิมพ์ เพราะ Barthes ต้องการต่อสู้เรื่องสัญลักษณ์ เขาคิดเรื่อง Denotative Meaning และ Connotative Meaning ต่อยอดจากเรื่อง Meaning ของ Saussure และหลายคนก็นำมาใช้แค่นี้ ซึ่งยังไม่ถึงแก่นของ Barthes เพราะแก่นของเขายู่ที่เรื่อง Power (นพพร ประชากุล, 2544)

วิธีดำเนินงานวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.1 ผู้ให้ข้อมูล

ใช้ข้อมูล (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ทีมวิจัยรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์จากแหล่งบทความต่างๆ โดยมีการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลจากแหล่งเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือก่อนที่จะนำไปกำหนดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากการวิเคราะห์ของกลุ่มผู้วิจัย ประกอบกับการสำรวจความคิดเห็นของบุคคลบนสื่อออนไลน์เพื่อนำมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์ ประกอบการวิเคราะห์ภาพที่ปรากฏบนของบูรี



ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ แล้วรวบรวมความคิดเห็นจากสื่อออนไลน์ แยกความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกัน และแยกข้อคิดเห็นที่แตกต่างกัน ตามประเด็นเพื่อตอบโจทย์ **รวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ**

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (นับจำนวนจากการมีสภาพเป็นนักศึกษา) ภาคปกติ จำนวน 15,784 คน (สำนักงานส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2557) โดยผู้วิจัยได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967 อ้างใน ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549) โดยมีความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดบวกและลบไม่เกิน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1.1 จำแนกนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (นับจำนวนจากการมีสภาพเป็นนักศึกษา) ภาคปกติ มีทั้งหมด 5 คณะ ได้แก่ คณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ และคณะเทคโนโลยีการเกษตร

2.1.2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่จากจำนวน 5 คณะ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กลุ่มตัวอย่างในแต่ละคณะ} &= \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนคณะ}} \\ &= \frac{400}{5} \\ \text{กลุ่มตัวอย่างในแต่ละคณะ} &= 80 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างใน 5 คณะ โดยแต่ละคณะได้กลุ่มตัวอย่างคณะละ 80 คน ดังแสดงตามตาราง

คณะ	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
คณะครุศาสตร์	80
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	80
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	80
คณะวิทยาการจัดการ	80
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	80
รวม	400



2.1.3 ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2.1.2 โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบ่งแยกไปตามคณะต่าง ๆ ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

นำข้อมูลเชิงคุณภาพบางส่วนมารวบรวมกับแนวคิด ทฤษฎีหลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามในแบบสอบถาม

2.3 แนวคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการสูบบุหรี่ โดยจะเป็นคำถามแบบปลายปิดโดยมีตัวเลือกแบบคำตอบเดียว และเลือกได้หลายคำตอบ

ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพบนซองบุหรี่ โดยจะเป็นคำถามแบบมาตราการวัดระดับช่วง ประเมินคำตอบ โดยจะแบ่งเป็น 4 ระดับ โดยคะแนนเฉลี่ย 3.01 – 4.00 หมายถึงมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึงมาก คะแนนเฉลี่ย 1.01 – 2.00 หมายถึงน้อย และคะแนนเฉลี่ย 0.01 – 1.00 หมายถึงน้อยมาก

2.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) และการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่ขึ้นโครงร่างจนสรุปรายงานวิจัยตั้งแต่ ตุลาคม 2557 ถึง มกราคม 2558 รวมระยะเวลา 4 เดือน



ผลการศึกษา

1. สรุปผลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปภาพบนของบุหรี่ยี่สิบในส่วนของขนาดและโรคที่ปรากฏในภาพ พบว่าปัจจุบันได้มีการเพิ่มขนาดจากเดิม 85% โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้สูบบุหรี่ได้เห็นชัดเจนมากขึ้น และในส่วนลักษณะของภาพที่ปรากฏนั้นเป็นรูปภาพโรคต่าง ๆ โรคที่เกิดขึ้นอย่างเช่น โรคฟันเหลือง โรคมะเร็งทางช่องปาก ซึ่งโรคเหล่านี้จะพบในตัวผู้สูบเองเท่านั้น ผู้ที่ไม่ได้สูบเองแต่เป็นผู้ได้รับผลกระทบก็จะเป็น ส่วนโรคถุงมะเร็งปอด หรือมะเร็งหลอดลม โรคเหล่านี้มักเกิดขึ้นได้ง่ายกับผู้ที่อยู่รอบข้าง โดยมีอัตราเสี่ยงสูงกว่าผู้สูบเอง จึงทำให้ตัวผู้สูบเองไม่ได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ และผู้วิจัยเห็นว่าถึงแม้การเพิ่มขนาดของภาพหรือการใช้ภาพที่มีความสมจริงนั้น มีส่วนทำให้ผู้สูบเองหรือผู้พบเห็นเกิดความกลัวมากขึ้น แต่ความจริงแล้วยังได้ผลน้อยมาก เมื่อเทียบกับการรณรงค์หรือการที่ให้คนในครอบครัวช่วยเป็นอีกกระบอกเสียงในการยับยั้งพฤติกรรมดังกล่าว เนื่องจากผู้สูบเองมีพฤติกรรมที่ปฏิบัติมาเป็นประจำอยู่แล้วจนเคยชิน ขนาดและภาพจึงไม่ใช่ส่วนสำคัญที่ผู้สูบบุหรี่ให้ความสนใจ บางรายอาจทำการหลีกเลี่ยงโดยการซื้อแบบใส่ถุงใส หรือการเลือกใช้วิธีโดยการซื้อบุหรี่ยี่สิบมาแล้วนำมวนบุหรี่ยี่สิบออกจากซองไปใส่ในกล่องที่ได้จัดเตรียมมา ทำให้ลดการหลีกเลี่ยงในพบเห็นภาพที่ปรากฏนั้นได้ ดังนั้นโดยสรุปคือ การใช้ภาพบนของบุหรี่ยี่สิบเป็นรูปโรคต่างๆสามารถลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ได้ แต่เป็นในระดับหนึ่งที่ได้ผลในปริมาณน้อย

นอกจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยเองแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการการสำรวจความคิดเห็นบุคคลบนสื่อออนไลน์ โดยใช้แนวคำถามในการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพบนของบุหรี่ยี่สิบดังนี้

ความคิดเห็นจากเว็บ Pantip

ความคิดเห็นที่ 1 “คงจะไม่ทุกคนหรอก แต่เชื่อเหอะ ไม่ได้ผลอะไรมากหรอก คนมันจะสูบบุหรี่ภาพบนของมันมันเห็นทุกวันก็ชิน แถมไม่ได้แคร์ด้วย อย่างผมมีใช้กล่องตัวเอง ซื้อมาแกะใส่กล่อง”

ความคิดเห็นที่ 2 “ปกติสูบบุหรี่แบบแบ่งขาย ซื้อมาเอาใส่กล่องของตัวเอง สูบไม่บ่อย บางทีไม่สูบเป็นเดือนๆ ส่วนเรื่องรูปบนของ ส่วนตัวคิดว่า ไม่ได้ผล”

ความคิดเห็นที่ 3 “ผลทางรูปธรรม ไม่ก่อให้เกิดเลยในเรื่องนี้ ยกเว้นแต่ต้องการออกสื่อให้สังคมได้เห็นอันนั้นอีกเรื่อง เพื่อนเป็นเอเย่นท์ค้าบุหรี่ มันบอกว่า ยอดขายไม่เคยลดเลยสักปีมีแต่จะเพิ่มขึ้นทุกปี”

(อ้างอิง <http://pantip.com/topic/32276611>)

ความคิดเห็นจากเว็บ Kapook

ความคิดเห็นที่ 1 “บอกได้เลยค่ะ ว่าวิธีพิมพ์ภาพบนของบุหรี่ยี่สิบไม่เป็นผล ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะคนซื้อ ก็แค่บอกว่า ขอซองที่รูปสวยกว่านี้หน่อย ไม่ได้บอกว่า ซองน่ากลัวไม่สูบดีกว่า



เพราะบ้านเราขายของชำ เจอแต่ลูกค้าอยากสูบแต่กลัวรูปบนซอง ขอเปลี่ยนเป็นรูปอื่น แต่ถ้าไม่มีดีกว่านั้น ลูกค้าก็บอกว่า ไม่เป็นไร ยังไงก็สูง บางคนก็ไม่กลัวเลยด้วยซ้ำ”

ความคิดเห็นที่ 2 “พอดี ซื้อมาแล้ว แกะเอาบุหรี่ออกจากซอง ใส่กล่องแทน พอดีซื้อกล่องมาจาก ดปท ของมันทำให้เอารูปบนซองกำลังนอนปาก มันก็ไม่เลิกกันหรอก ไม่ต้องขายเลยจบ เหมือนกับกำลัง บอก ว่าอยากให้คนเลือกบุหรี่ แต่ผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี”

ความคิดเห็นที่ 3 “แต่ละภาพไม่ได้ทำให้ผมอยากจะเลิกเลย มันดูจืดจางมากกว่า”

(อ้างอิง <http://health.kapook.com/view11649.html>)

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ยังไม่เชื่อว่าภาพบนซองบุหรี่จะทำให้เลิกสูบได้ โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ซื่อแบบแบ่งขายจึงไม่เห็นภาพบนซองบุหรี่ ซื้อมาแล้วแกะใส่กล่องที่ตนเองมี และบ้างความเห็นยังไม่กลัวภาพบนซองบุหรี่เลย อย่างไรก็ตามนี้เป็นเพียงความเห็นส่วนหนึ่งบนโลกออนไลน์

2. สรุปผลเชิงปริมาณ

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นเพศชายร้อยละ 82 เพศหญิงร้อยละ 18 โดยแบบช่วงอายุได้ดังนี้ 16- 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 27 (21-25ปี) คิดเป็นร้อยละ 62 (26-30 ปี) คิดเป็นร้อยละ 10 และ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 1 แบ่งตามช่วงชั้นปีได้ดังนี้ ปี 1 คิดเป็นร้อยละ 18 ปี 2 คิดเป็นร้อยละ 16 ปี 3 คิดเป็นร้อยละ 45 และปี 4 คิดเป็นร้อยละ 21

2) พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พบว่ามีจำนวนผู้ที่สูบบุหรี่คิดเป็นร้อยละ 67 ผู้ที่ไม่สูบคิดเป็นร้อยละ 33 โดยผู้ที่สูบบุหรี่มานาน 1-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 7 6-12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 22 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 และมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบุหรี่ยี่ห้อ LM มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมาเป็น กรองทิพย์ ร้อยละ 67 และ Marlboro ร้อยละ 64 ตามลำดับ

3) ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพบนซองบุหรี่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความเห็นว่าภาพบนซองบุหรี่ปบ่บอกถึงความรุนแรงของโรครอยู่ในระดับความรุนแรงที่น้อย ($\bar{X} = 1.55$) ความน่ากลัวของภาพบนซองบุหรี่ปบ่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.93$) ภาพบนซองบุหรี่ปบ่บอกถึงโทษของการสูบบุหรี่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.82$) ภาพบนซองบุหรี่ปบ่บอกถึงโทษที่เกินความเป็นจริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.06$) ผู้คนมีความพึงพอใจต่อคนสูบบุหรี่ปบ่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.25$) ภาพบนซองบุหรี่ปบ่จะสามารถลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ปบ่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.18$) ภาพบนซองบุหรี่ปบ่ที่เพิ่มขนาดขึ้นมีผลต่อผู้สูบบุหรี่ปบ่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.16$) ภาพขนาดใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงมีประสิทธิภาพกว่าภาพขนาดเดิมในระดับมาก ($\bar{X} = 2.09$)

การใช้ภาพบนซองบุหรี่ปบ่สามารถสื่อถึงโทษได้มากกว่าการใช้ตัวอักษรอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.79$) และภาพบนซองบุหรี่ปบ่มีประสิทธิภาพมากกว่าการณรงค์ลดการสูบบุหรี่ปบ่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.99$) ซึ่ง



โดยรวมคือ ภาพบนซองบุหรี่สามารถสร้างการรับรู้ภัยอันตรายจากบุหรี่ได้ จึงเป็นการมุ่งสื่อสารเพื่อสร้างการตระหนักรู้ แต่ไม่ถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ในทันที

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของภาพบนซองบุหรี่ พบว่า การที่นำภาพเกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการสูบบุหรี่มาไว้หน้าซองบุหรี่ ภาพที่นำมาเป็นภาพที่เกิดขึ้นจริงจากการสูบบุหรี่ และยังสามารถทำให้ผู้สูบบุหรี่หรือผู้พบเห็นตระหนักถึงโทษของการสูบบุหรี่ได้เพียงระดับหนึ่ง และการทำให้มีขนาดภาพที่ใหญ่ขึ้นมีส่วนสำคัญทำให้ผู้สูบบุหรี่และผู้พบเห็นสังเกตได้ชัดเจนมากขึ้นเพื่อที่จะไม่มองข้ามคำเตือนนั้นไป จากผลวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความหมายของภาพที่ปรากฏบนซองบุหรี่นั้นจะทำให้ตระหนักถึงโทษของการสูบบุหรี่ แต่ก็ทำได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะการใช้ภาพดังกล่าวมุ่งแสดงความหมายในเชิงการต่อต้านต่อผู้สูบบุหรี่โดยตรงผ่านภาพที่มีลักษณะแบบ Icon คือ ภาพโรคร้ายต่าง ๆ และเพื่อต้องการจะเชื่อมโยงแบบ Index ว่าจะเกิดขึ้นกับผู้สูบบุหรี่ตามแนวคิดของ C.Peirce ซึ่งการต่อสู้ของความหมายดังกล่าวจึงมุ่งเน้นการปะทะและหักล้างความหมายโดยตรง แต่ที่ไม่สำเร็จเท่าที่ควรนั้นเป็นเพราะผู้สูบบุหรี่ตระหนักแต่ไม่กลัว หรือมีวิธีหลีกเลี่ยงความกลัวด้วยการให้นิยามความหมายอื่นๆ และมีวิธีการเชิงพฤติกรรมอื่น ๆ เข้ามาแทนที่ อาทิ การซื้อกล่องบุหรี่สวยมาใส่แทน หรือ ซื้อบุหรี่แยกขายเป็นมวน ๆ และการซื้อบุหรี่แยกเป็นมวน ๆ นั้นเอง ก็สัมพันธ์กับกลุ่มเด็กอายุ 15-19 ปี ตามงานวิจัยที่อ้างจากสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สุขสันต์ เสลานนท์, 2558) ดังนั้นเท่ากับว่า การสร้างภาพความกลัวผ่านรูปบนซองบุหรี่จะไม่ส่งตรงถึงกลุ่มผู้สูบบุหรี่รุ่นใหม่ แต่กลับสื่อสารไปในกลุ่มผู้ใหญ่ที่มักมีความชินชาในการสูบบุหรี่เพียงเท่านั้น ทำให้ภาพบนซองบุหรี่เป็นวัตถุประสงค์ที่ดีแต่ไร้ความหมายเมื่อเทียบกับอัตราการเกิดใหม่ของผู้สูบบุหรี่

ทั้งนี้งานวิจัยภาพความหมายบนซองบุหรี่กับทัศนคติในการสูบบุหรี่ของผู้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อธิบายได้ว่า ความหมายของภาพบนซองบุหรี่อาจไม่ได้สร้างความหมายที่มีอำนาจในระดับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแบบทันที แต่สามารถสร้างความหมายให้เกิดการผลิตซ้ำและสืบทอด เพื่อและยืນความหมายที่อยู่ตรงข้ามกับผู้สูบบุหรี่เสมอ กล่าวคือเป็นการสร้างความหมายของบุหรี่ในทางร้าย ให้ปรากฏออกมาเรื่อยๆ ซึ่งตามทฤษฎีสัญญะวิทยา (Consumption of Sign) แบบ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ต้องถือว่า ภาพบนซองบุหรี่สามารถสร้างความหมายให้กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้สูบบุหรี่และคุณค่าทางวัฒนธรรมการสูบบุหรี่ ในลักษณะความหมายโดยนัยแบบมายาคติ (Myths) ซึ่ง Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด บิดเบือน เพื่อตอกย้ำความร้ายกาจของบุรียว่ายังคงเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ เพื่อเปลี่ยนแปลงความหมายของมายาคติที่คุ้นชินเดิมว่า บุหรี่เป็นสิ่งดูดี เท่ หรือน่าชื่นชมไปสู่ความเป็นอันตรายและสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง ซึ่งจากผลวิจัยที่วัดผลไปในเชิงพฤติกรรมอาจดูเหมือนว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เกรงกลัวและไม่มีที่ท้าวว่าจะเลิกบุหรี่ แต่จุดประสงค์และเป้าหมายในการสร้างภาพน่ากลัวของโรคต่างๆบนซองบุรียก็ยังคงเป็นสิ่งที่ควรต้องทำต่อไป แม้จะไม่เห็นผลในทันที แต่ก็เชื่อได้ว่าสามารถ



เปลี่ยนแปลงผลพฤติการณ์ในแบบระยะยาวผ่านมายาคติทางสังคม ที่ภาพบนของบุหรืมีส่วนในการสะสมความหมายเหล่านี้ไปในสังคมของการสูบบุหรืด้วย

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้าง และเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุหรืในแง่มุมอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการต่อยอดองค์ความรู้เพื่อใช้กำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการลดจำนวนผู้สูบบุหรืในเยาวชนให้ลดน้อยลง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค**. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ความคิดเห็นต่อภาพบนของบุหรื [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://pantip.com/topic/32276611>. สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2557
- ความคิดเห็นต่อภาพบนของบุหรื [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://health.kapook.com/view11649.html>. สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2557
- จอห์น นพดล วสินสุนทร. (2556). **เอกสารประกอบการบรรยายเสริมความรู้ทางทฤษฎีสัญญาวิทยา**. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2549). **เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย : แนวทางสู่ความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ : บริษัทไทนรมิตกิจ อินเตอร์โปรเกรสซิฟจำกัด.
- นพพร ประชากุล. (2544). **มายาคติ สรรนิพนธ์จาก Mythologies ของ โรลิ่งบาร์ต**. บทความประกอบ. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2554). **การบริโภคสัญลักษณ์ในนิตยสารสตรีหัวนอก**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุขสันต์ เสนานนท์. (2558). **วารสารเพื่อคนรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรื**. มูลนิธิการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรื ปีที่16 ฉบับที่ 179 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2558. หน้า 3
- สำนักงานส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2557). **สถิตินักศึกษาแยกตามชั้นปี**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.academic.cmru.ac.th/web56/index.php>. สืบค้น 2 พฤศจิกายน 2557.

**อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบ
ของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่**
**Influence of KOREAN entertainment media effected to the crazy
group's stimulating behavior in Mueng District,Chiang Mai**

รัตนาภรณ์ เมระพันธุ์¹ กมลณัฐ พลวัน²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) วิเคราะห์ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี 2) ศึกษาคุณลักษณะพฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเล่นแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของสื่อเกาหลีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่ที่คาดว่ากลุ่มเป้าหมายจะไปรวมตัวกันในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ แล้วสังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม หลังจากนั้นแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ฉบับ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้ผลจากการตอบแบบสอบถามแล้วจึงคัดกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงออกมาจำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.7 เป็นนักศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83.3 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาที่สนใจมากกว่า 4 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.7 และมีสภาพครอบครัวบิดา-มารดาอยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 76.7 โดยส่วนมากมีพี่น้องร่วมกัน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และอาศัยอยู่ที่บ้านกับบิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 66.7

กลุ่มคลั่งไคล้ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ใช้ความถี่ในการเปิดรับทุกวันเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เวลาในการเปิดรับต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง มีช่วงเวลาที่นิยมเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีตั้งแต่เวลา 20.01-02.00 น. สถานที่เปิดรับมากที่สุด คือ ที่บ้าน และประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลีที่นิยมเปิดรับมากที่สุด คือ เพลง/ มิวสิควิดีโอ เกมโชว์ คอนเสิร์ต ซีรีส์ และข่าวตามลำดับ

กลุ่มคลั่งไคล้มีพฤติกรรมการเล่นแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีด้านการแต่งกายมากที่สุด เพราะส่วนใหญ่สนใจและชอบสไตล์การแต่งกายของดารา/ศิลปินเกาหลี รวมไปถึงทรงผมและเครื่องประดับต่าง ๆ

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีสู่ตัวดาราศิลปินมีผลกระทบต่อตัวเองมากที่สุด คือ มีอิทธิพลด้านการแต่งกายและการเดิน cover ส่วนสื่ออื่น ๆ ไม่ค่อยมีผลกระทบทั้งต่อตัวเองและต่อคนรอบข้าง

คำสำคัญ : อิทธิพลของ/ผลกระทบ/สื่อบันเทิงเกาหลี/วัฒนธรรมเกาหลี/วัยรุ่น/คลั่งไคล้

Abstract

The objectives of this study were 1) to analyse types of Korean entertainment media 2) to study about characteristics of behavior getting information and the crazy group's behavior stimulating Korean entertainment media in Mueng District, Chiang Mai 3) to study about influence of Korean entertainment media effected to the crazy group's stimulating behavior Mueng District, Chiang Mai. Collecting data, it was to search data in the expected areas and find out the target groups who gather in Mueng District. Then, it was non-participating observation. After that, 100 questionnaires were given to the target groups. After collecting the answer from questionnaires, 30 people were screened to give the right data for this study.

The results of this study were found that 56.7 percent of people were female. 83.3 percent of them were the students studying in Bachelor Degree. 60 percent of them earned income about 5,001 – 10,000 baht per month. 46.7 percent of them were people who were interested in Korean entertainment media more than 4 years. 76.7 percent of them had warm family. 46.7 percent of them were 2 sisters or brothers. 66.7 percent of them lived with the parents.

Most of the crazy group who was crazy about Korean entertainment media got media information from the internet. They used the internet every day. They used it for 4 hours per day. Most of them usually used it from 8.00 p.m. to 2.00 a.m. They used it at home. They liked to watch many kinds of Korean entertainment media which are songs, music videos, game shows, concerts, series, and news.

The behavior that the crazy group stimulated the most was dressing styles like Korean entertainment media. Because most of them were interested in and liked Korean superstars' dressing styles. They also liked hair style and accessories.



The Korean superstars had an influence to oneself the most. They had an influence about dressing styles and cover dance. There was no influence of other media effected to oneself and other people.

บทนำ

ความเจริญทางเทคโนโลยีปัจจุบันมีบทบาทกับวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เลือกรับสื่อบันเทิงของเกาหลี ซึ่งเกิดจากอิทธิพลของสื่อ โดยจะเห็นได้ชัดจากการเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์เกี่ยวกับสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งผู้ส่งสารจะเน้นประเด็นที่คิดว่าสำคัญและน่าสนใจในขณะนั้นมาเสนอเพื่อให้เกิดผลในกระแสสังคมเกาหลีในด้านการโฆษณาไม่ว่าจะเป็น สิ่งของเครื่องใช้ เสื้อผ้าการแต่งกาย การท่องเที่ยว ฯลฯ นำเสนอทุกวันและเป็นประจำ และเป็นตัวกระตุ้นทำให้ผู้รับสารรับรู้เรื่องต่างๆ ที่ื่อนำมาเผยแพร่เข้าสู่กระบวนการคิด ตีความ จดจำประมวลเป็นความรู้ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมาไม่ว่าจะเป็นทางด้านการแต่งกาย เลียนแบบ การแต่งหน้า ทำผม การใช้ภาษา พฤติกรรมการแสดงออก รวมถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเกาหลี ฯลฯ

ในปัจจุบันนั้นการสื่อสารมวลชน เป็นยุคแห่งการสื่อสารเสรี โดยเฉพาะเรื่องของการสื่อสารข้ามพรมแดน (globalization) ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารถึงกันระหว่างประเทศในทั่วทุกภูมิภาคของโลก และการสื่อสารมวลชนยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลและข่าวสารเหล่านั้นสามารถส่งต่อถึงกันได้ในระยะเวลานั้นและมีอิทธิพลต่อสมาชิกของสังคมในวงกว้าง เกิดการสื่อสารที่ข้ามวัฒนธรรมมากขึ้น จนกระทั่งมาถึงกระแส “Korean Wave” หรือ “Hallyu” หมายถึง ปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่มาจากอิทธิพลของสินค้าวัฒนธรรม K-Pop ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร เพลง เกม นิยาย การ์ตูน และแอนิเมชัน(ที่มา:วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1)

ที่มาของอิทธิพลของสื่อบันเทิงของเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจุดเริ่มต้นมาจากการแพร่ภาพของซีรีส์ ค้อยลูกหลานเป็นเพลง ภาษาวัฒนธรรม และการแต่งกายตามมา ซีรีส์เกาหลี เป็นสื่อที่วัยรุ่นให้ความสนใจมากที่สุด เพราะเรื่องในซีรีส์ที่นอกจากจะสร้างความพึงพอใจแล้ว เนื้อหาของซีรีส์ยังสามารถดูใจหรือมีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี สามารถดูใจวัยรุ่นให้มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ เนื้อหาที่มีลักษณะสนุกสนาน สร้างอารมณ์ขัน หรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพศ ความรัก ความสวยงาม เรื่องชาย-หญิง มาเป็นจุดดึงดูดใจ นอกจากนี้การนำเสนอก็เป็นสิ่งดึงดูดใจเช่นเดียวกัน สำหรับซีรีส์แล้วมีการสร้างเทคนิคที่น่าสนใจ เพราะมีทั้งภาพเคลื่อนไหว สีและเสียง นอกจากจะถ่ายทำจากสถานที่จริงแล้วยังสามารถใช้เทคโนโลยี



คอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์ออกมาให้เหมือนจริงหรือเหนือจริงก็ได้ ดังนั้นเนื้อหาของซีรีส์ผนวกกับการนำเสนอจึงเป็นพลังดึงดูดความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นได้เป็นอย่างมาก

อิทธิพลของสื่อบันเทิงของเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีการเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีเพิ่มขึ้น เช่น การรับประทานอาหารการแต่งกาย และการใช้ภาษา จึงทำให้คนรอบข้างในสังคมไม่เข้าใจ และปัจจุบันไม่ว่าสิ่งใด หากมาจากประเทศเกาหลี ก็มักจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจนทำให้ประเทศไทยเสียดุลการค้า นอกจากนี้เยาวชนไทยยังเลียนแบบค่านิยมวัฒนธรรมเกาหลีจากการดูซีรีส์มากขึ้น จนเหมือนถูกกลืนไม่ว่าจะเป็นการเรียนภาษาเกาหลี เพื่อให้ได้รรถรสในการชมและเพื่อติดตามข่าวสารของศิลปินดารานักร้องได้อย่างสะดวก หรือความนิยมเรื่องอาหารหลังจากที่ซีรีส์เรื่อง “แดจังกึม” ออกอากาศ มีสถาบันสอนทำอาหารและมีร้านอาหารเกาหลีเพิ่มมากขึ้น การรับประทานอาหารมูมามไม่สุภาพ การแสดงกริยาท่าทางเอร็ดเอาเปรียบ ความนิยมเครื่องสำอางและแฟชั่นเกาหลี เช่น การแต่งหน้าใสตาโตสไตล์เกาหลี การกินหรือฉีดยาวิตามินเพื่อให้มีผิวขาวอย่างสาวเกาหลี อันเป็นบ่อเกิดของผู้ที่ต้องการหาผลประโยชน์จากความคลั่งไคล้และก่อให้เกิดอันตรายและความเสียหายทั้งทรัพย์สินและร่างกาย ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาชวนเชื่อให้หลงใหลผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ซึ่งแอบอ้างว่าผลิตหรือนำเข้าจากประเทศเกาหลี เพื่อช่วยให้มีใบหน้าขาวใสเหมือนดาราเกาหลี เป็นต้น

ผลของการไหลบ่าของกระแสสื่อเกาหลีเข้าสู่สังคมไทย ทำให้เกิดปรากฏการณ์ความคลั่งไคล้เกิดผลกระทบกับการดำเนินชีวิต เนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนมากและมีความแตกต่างกันทั้งทางเพศวัย การศึกษา ศาสนา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การที่ผู้รับสารมีความแตกต่างกันนี้เองทำให้สื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารต่างกัน จากการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อายุ ระหว่าง 12-24 ปี วัยรุ่นถือเป็นผู้รับสาร อีกทั้งวัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในช่วงกำลังต้องการค้นหาตนเอง และเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสิ่งรอบตัว จึงถูกอิทธิพลของสื่อมวลชนชักจูงได้ง่าย ตลอดจนเกิดพฤติกรรมเลียนแบบสื่อมวลชนตามมา ดังแนวคิดของ เดนนิส แมคควอล (McQuail, 2005) ที่ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชน มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับระดับการวิเคราะห์ทางสังคม ทั้งนี้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร จะส่งผลกระทบทั้งในระดับบุคคลและสังคม มีทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคล จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่า อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ อาจมีการใช้เหตุผลหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่มีความละเอียดและยากแก่การคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นได้ แต่ส่วนใหญ่มักจะกล่าวถึงในทางลบ และมักจะเน้นอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจสูง และเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร อิทธิพลที่หวั่นเกรงกันมากก็คืออิทธิพลต่อเด็กและเยาวชน โดยมีปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยา เงื่อนไขเวลา และปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย ที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของ



เยาวชนได้ ดังที่กล่าวข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ สุขพรวิวัฒน์ (2552) เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลี” ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลียนแบบเรื่อง การซื้อและการใช้เครื่องสำอางตามดาราละครโทรทัศน์เกาหลีอยู่ในระดับมาก รองลงมาเลียนแบบ ในระดับมากเรื่องการเลือกซื้อและใช้สินค้าแบรนด์เนมตามละครโทรทัศน์เกาหลี พฤติกรรมการเปิดรับ ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ส่งผลต่อการเลียนแบบต่างกัน เนื้อหา ละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบและค่านิยมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่ต้นนอนตอนเช้าจนกระทั่งเข้านอน จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาอย่างยิ่งว่า สิ่งเหล่านี้ ส่งผลทางด้านการสืบเนื่องของสังคมและปัจเจกบุคคล ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมทั้งกระแส “เกาหลีฟีเวอร์” ในปัจจุบันเข้ามามีบทบาทต่อวัยรุ่นไทยและวัยรุ่นเชียงใหม่มาก เท่าไร ทำให้เกิดความนิยมและเลียนแบบทางวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น เสื้อผ้า การแต่งกาย สินค้า ทรงผม และการทานอาหารที่วัยรุ่นหันมาสนใจมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ ผ่านมากับสื่อบันเทิงเกาหลี เป็นเรื่องที่น่าสนใจยิ่งนัก สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมมีความหมายต่อรูปแบบ การดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่อย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิง เกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขต อำเภอเมืองเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ สื่อ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต
2. พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นในปัจจุบัน เช่น การแต่งกาย การแสดงออก และ การเต้น cover มีผลมาจากการรับสื่อบันเทิงเกาหลี
3. อิทธิพลสื่อบันเทิงเกาหลีก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบและการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่น



นิยามศัพท์เฉพาะ

อิทธิพล หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อความนึกคิดและความเชื่อทำให้เกิดการยอมรับไปในตัว โดยมีการเห็นชอบด้วย

ผลกระทบ หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนทำให้มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมภายในตัวบุคคลและสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เด่นชัดแฝง

สื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง สื่อข้ามชาติประเภทหนึ่งที่มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์หรือนิตยสาร สื่อโทรทัศน์หรือละคร/ซีรีส์ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้สื่อออกมาในลักษณะเรื่องราวเกี่ยวกับเกาหลีโดยเฉพาะ

กลุ่มคลั่งไคล้ หมายถึง อากัปกริยาอาการหรือพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชื่นชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างมากหรือเรียกได้ว่ารุนแรง โดยมีพฤติกรรมการเสพติดรวมไปถึงการทำตามหรือเลียนแบบสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้นที่ชื่นชอบและมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่ชื่นชอบนั้นเช่นกลุ่มคลั่งไคล้การ์ตูนญี่ปุ่น “โอตาคู” (<http://www.kartoondiscovery.com/topic/topic11.html>) คือคนที่อยู่ในโลกของการ์ตูนและหลงรักทุกสิ่งทุกอย่างของการ์ตูน

นิยามปฏิบัติการ

ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง ประเภทของสื่อบันเทิงต่างๆ ของประเทศเกาหลี ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีผลกระทบต่อวัยรุ่น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คุณลักษณะของสื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง คุณลักษณะของแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทโทรทัศน์ ได้แก่ ซีรีส์ รายการโชว์ เพลง เป็นต้น ประเภทอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ความบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลี เป็นต้น ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การโฆษณาในนิตยสารบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

พฤติกรรมการรับสาร หมายถึง พฤติกรรมที่วัยรุ่นเลือกที่จะบริโภคสารในแบบที่ตนชอบและยอมรับ หรือสารที่กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น

พฤติกรรมการเลียนแบบ หมายถึง เมื่อวัยรุ่นได้รับสารจากสื่อบันเทิงเกาหลีต่าง ๆ แล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบซึ่งเกิดจากการสังเกตแล้วทำตาม คือการเลียนแบบท่าทางและการเลียนแบบจิตใจ ซึ่งส่งผลออกมาทั้งทางด้านการแต่งกาย บุคลิกท่าทาง ภาษาและวัฒนธรรม

ผลกระทบการดำเนินชีวิต หมายถึง กลุ่มวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงใหม่ เมื่อได้รับสื่อบันเทิงเกาหลีก็เกิดความนิยมชมชอบ เนื่องจากมีส่วนประกอบหลายอย่างที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต เช่น การสื่อสาร กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น รวมถึงบุคลิกภาพ ซึ่งก่อให้เกิดการเลียนแบบและทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป



กลุ่มคลังโคล้สือบันเทิงเกาหลี หมายถึง กลุ่มที่มีช่วงอายุ 12-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และชื่นชอบสือบันเทิงเกาหลีเป็นอย่างมาก มีการติดตามและเข้าถึงสือบันเทิงเกาหลีอยู่เป็นประจำ

อิทธิพลของสือบันเทิงเกาหลี หมายถึง สือเกาหลีที่มีผลกับความนึกคิด การเห็นด้วยและเกิดการยอมรับ จึงเกิดกลุ่มคนนิยมชมชอบในสือบันเทิงเกาหลีขึ้น

ระดับของพฤติกรรมกาเลี่ยนแบบ หมายถึง ระดับที่บอกถึงพฤติกรรมกาเลี่ยนแบบจากสือบันเทิงเกาหลี ซึ่งเป็นระดับที่บ่งบอกถึงความมากน้อยของการเลี่ยนแบบทั้งทางด้านจิตใจและท่าทาง มี 3 ระดับ คือ ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก ซึ่งวัดได้จากการพฤติกรรมกาเลี่ยนแบบของกลุ่มคลังโคล้สือบันเทิงเกาหลี กล่าวคือ มีการเลี่ยนแบบอย่างเดียวก้อว่าเป็นระดับน้อย มีการเลี่ยนแบบสองอย่างก้อว่าเป็นระดับปานกลาง และมีการเลี่ยนแบบสามอย่างขึ้นไปก้อว่าเป็นระดับมาก ซึ่งการเลี่ยนแบบเหล่านี้ได้มาจากการรับชมและรับฟังสือบันเทิงเกาหลี

ระดับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิต หมายถึง ผลจากพฤติกรรมกาเลี่ยนแบบจากสือบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ส่งผลก้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตทั้งทางด้านส่วนตัวและการเข้าสังคม มี 3 ระดับ คือ เปลี่ยนแปลงระดับน้อย เปลี่ยนแปลงระดับปานกลาง เปลี่ยนแปลงระดับมาก กล่าวคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเดียวก้อว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับน้อย เกิดการเปลี่ยนแปลงสองอย่างก้อว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับปานกลาง และเกิดการเปลี่ยนแปลงสามอย่างขึ้นไปก้อว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับมาก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกท่าทาง ภาษา และวัฒนธรรม

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุตั้งแต่ 12-24 ปี ที่คลังโคล้สือบันเทิงเกาหลีและอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึก

แหล่งข้อมูล ในการทำวิจัยครั้งนี้ นอกจากแหล่งปฐมภูมิ ยังมาจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ นิตยสาร นวนิยาย ซีรีส์ เว็บไซต์เสื้อผ้า เว็บไซต์เครื่องสำอาง เพลง มิวสิควิดีโอ

เครื่องมือในการวิจัย

1. แบบการสังเกตการณ์โดยไม่มีส่วนร่วม
2. แบบสอบถาม จะสอบถามผู้ที่มีอายุ 12 – 24 ปี ที่คลังโคล้สือบันเทิงเกาหลีและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่เท่านั้น



3. แบบสัมภาษณ์ เป็นคำถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended Questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์เป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทและคุณลักษณะของสื่อเกาหลีที่เปิดรับ ประกอบด้วยเพลงเกาหลี ดาราเกาหลี ละครเกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี นิตยสารเกาหลีและWebsite เกาหลี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ว่ามีความคิดเห็นอย่างไร

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ด้านต่าง ๆ

4. แบบวิเคราะห์เอกสาร

ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับสื่อบันเทิงเกาหลี ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1 ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดสอบแล้ว

2. ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแบบวิเคราะห์เอกสาร มีการเก็บข้อมูล โดยการศึกษาเอกสาร ได้แก่ นิตยสาร นวนิยาย ซีรีส์ เว็บไซต์เสื้อผ้า เว็บไซต์เครื่องสำอาง เพลง มีวสิควิดีโอ

3. ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแบบการสังเกตโดยไม่มีส่วนร่วม มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์อยู่ห่าง ๆ แล้วเก็บข้อมูลจากพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ตามสถานที่ในการรวมตัวของกลุ่มวัยรุ่น

4. ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดสอบแล้ว

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีการ



วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การเปรียบเทียบข้อมูล (Comparison)

การเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมๆกับการสัมภาษณ์และการสังเกต เพื่อที่จะได้ทราบว่าข้อมูลใดบ้างที่ยังไม่สมบูรณ์และต้องเก็บเพิ่มเติม เพื่อช่วยในการวางแผนการดำเนินการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้โดยการหาค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปรค่า

ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม จำนวน 100 คน ตามสถานที่ที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายจะรวมตัวกันอันได้แก่ อุทยานการค้ากาดสวนแก้ว และห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพพลาซ่า และได้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเลือกแจกแบบสอบถามกลุ่มที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

เมื่อลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามครบแล้วจึงคัดกรองกลุ่มเป้าหมายที่คลั่งไคล้สื่อบันเทิงเกาหลีอย่างแท้จริงจากจำนวน 100 คน เพื่อเชิญมาสัมภาษณ์เบื้องต้นแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 30 คน โดยคัดจากข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจสื่อบันเทิงเกาหลีมาเป็นเวลานาน และมีความถึในการเสพสื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และรู้จักรู้สึกในเรื่องเฉพาะที่ตนสนใจ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาที่สนใจมากกว่า 4 ปีขึ้นไป และมีสภาพครอบครัวบิดา-มารดาอยู่ด้วยกัน ส่วนมากแล้วมีพี่น้องร่วมกัน 2 คน และอาศัยอยู่ที่บ้านกับบิดา-มารดา

กลุ่มคลั่งไคล้ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ใช้ความถึในการเปิดรับทุกวันเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เวลาในการเปิดรับต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง แต่บางรายเปิดรับวันละไม่ต่ำกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน มีช่วงเวลาที่นิยมเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีตั้งแต่เวลา 20.01-02.00 น. สถานที่เปิดรับคือที่บ้าน และประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลีที่นิยมเปิดรับมากที่สุดคือเพลง/มิวสิควิดีโอ, เกมโชว์, คอนเสิร์ต, ซีรีส์ และข่าวตามลำดับ

กลุ่มคลั่งไคล้มีพฤติกรรมการเล่นแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีด้านการแต่งกายมากที่สุด เพราะส่วนใหญ่สนใจและชอบสไตล์การแต่งกายของดารา/ศิลปินเกาหลี รวมไปถึงทรงผมและเครื่องประดับต่าง ๆ อีกด้วย



อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลี สื่อตัวดารา/ศิลปินมีผลกระทบต่อตัวเองมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการแต่งกายและการเดิน cover ส่วนสื่ออื่น ๆ ไม่ค่อยมีผลกระทบทั้งต่อตัวเองและต่อคนรอบข้าง

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อบันเทิงเกาหลีพบว่า สื่อมีความจำเป็นมากในปัจจุบัน จำนวนของสื่อเพิ่มขึ้นเรื่อง ๆ จากอดีตที่เคยมีแค่สิ่งพิมพ์ ด้วยความเจริญทางเทคโนโลยี ทำให้มีสื่อออกมามากมายที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างไกลและจำนวนมาก ๆ และง่ายต่อการเข้าถึงของผู้รับสาร ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลีจำแนกออกได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่ การส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน(ฟรีทีวี) การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านช่องนำสัญญาณ(เคเบิลทีวี) วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและอินเทอร์เน็ต ซึ่งแต่ละประเภทต่างก็มีบทบาทต่างกันออกไป ล้วนแต่ให้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงเหมือนกัน

ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่นิยมมากที่สุดเพราะสามารถเข้าถึงง่าย ข้อมูลมีมาก และสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับครุฑิต มาลัยวงศ์ (2546 : 18) ได้อธิบายว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่โตที่สุดของโลกปัจจุบันนี้ อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงไปยังคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ทั่วโลกนับล้านเครื่องเข้าด้วยกัน คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่เหล่านี้ยังเชื่อมโยงไปยังคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กอีกมากมาย ทำให้มีผู้ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่ทั่วโลกหลายสิบล้านคน ซึ่งตรงกับข้อมูลของผู้วิจัยว่าสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นที่นิยมมากที่สุด

รวมไปถึงยังสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน ผู้รับสาร (receiver) กลุ่มสังคม (social group) หรือเรียกกันว่าสาธารณชน (public) ซึ่งหมายถึงผู้ที่สามารถเข้าถึงและรับสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพยนตร์ สื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตลักษณะของผู้รับสารซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารมวลชน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2541 : 297-298) 1) ผู้รับสารจำนวนมากในการสื่อสารมวลชนนั้นผู้รับสารจะต้องมีจำนวนมาก ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้น เรียกว่า มวลชน (mass audience) ผู้รับสารจะได้รับสารจากผู้ส่งสารภายในระยะเวลาอันรวดเร็วและจำนวนของผู้รับสารมีมากจนกระทั่งผู้ส่งสารไม่สามารถที่จะติดต่อกับผู้รับสารในลักษณะที่เห็นหน้ากันได้ 2) ผู้รับสารมีความแตกต่างกันก็เนื่องในการสื่อสารมวลชนนั้น มวลชนหรือผู้รับสารทั้งหลายมีความแตกต่างกัน ชาวที่ส่งไปยังมวลชน (mass communicated news) นั้นเป็นชาวที่มุ่งเสนอแก่คนจำนวนมากในสังคมซึ่งมีลักษณะต่าง ๆ กัน อันได้แก่ คนที่มีอายุต่าง ๆ กัน ทั้งเพศหญิงเพศชายมีระดับการศึกษาต่าง ๆ กัน อยู่ในที่ต่าง ๆ กัน เป็นต้น 3) ความไม่เป็นที่รู้จัก (anonymity) หมายความว่า โดยทั่วไปแล้วคนแต่ละคน



ในมวลชนผู้รับสาร (mass audience) จะไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร กล่าวคือ สารที่ผู้ส่งสารออกไปนั้น มุ่งส่งไปยัง ใครก็ตามที่เกี่ยวข้อง (to whom it may concern) ผู้ส่งสารไม่ได้รับรู้จากผู้รับสารเป็นคน ๆ ไป ไม่ได้มุ่งที่จะส่งสารไปยังใครคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการส่งสารไปยังมวลชนเป็นส่วนรวม

สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกนาฏ สง่าเนตร (2541) ได้ทำการศึกษา “การเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์ในระบบขายตรง” พบว่า การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบขายตรง ส่วนปัจจัยทางด้านการตลาด ได้แก่ ราคา การส่งเสริมการขาย ส่วนลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ เช่นเดียวกับการตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีส่วนใหญ่แล้วมีผลเลือกเปิดรับมาจากสื่อมวลชน

ในการศึกษาคุณลักษณะพฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมการรับสารจากการดู การฟังและการพูดคุยกับกลุ่มเดียวกันเนื่องด้วยมีช่วงอายุและวัยที่ใกล้เคียงกัน เมื่อรับสารบ่อย ๆ และเป็นสารที่ชอบทำให้เกิดความเคยชินในการรับสารนั้น ๆ จึงทำให้เกิดการเสพติดสื่อบันเทิงเกาหลีและเกิดการซึมซับตามมาส่งผลก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบเกิดขึ้น เช่น การแต่งกาย การเลียนแบบท่าทางและภาษารวมไปถึงการเดิน cover ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ เบคเกอร์ (Becker, อ้างใน สมควร เจริญสุข 2539 : 9) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ว่าเป็นการแสวงหาข้อมูล (Information seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป การเปิดรับข้อมูล (Information receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนสนใจ อย่างรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เรื่องที่ตนสนใจหรือมีผู้แนะนำ และการเปิดรับประสบการณ์ (Experience receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เช่นเดียวกับการวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มคลั่งไคล้ต้องการมีกลุ่มที่ ชื่นชอบในสิ่งที่คล้าย ๆ กัน อยู่รวมตัวกันเป็นกลุ่ม พูดคุยสนทนาเรื่องเดียวกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น (สมชาย ธีธธกุล 2526 : 98) เพราะวัยรุ่นที่อยู่ในรุ่นราวคราวเดียวกันจะมีความสนใจ มีอุดมคติที่คล้ายคลึงกันและมีอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม พร้อมทั้งสร้างสรรค์กิจกรรมที่ต้องทำร่วมกัน ตลอดจนกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่มขึ้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะให้ความเคารพและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กลุ่มตั้งขึ้น เช่น การแต่งกาย การพูด และค่านิยมมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมจากเด็กที่พึ่งพาอาศัยพ่อแม่ไปสู่วัยที่กำลังจะเริ่มเป็นผู้ใหญ่และมีความรับผิดชอบมากขึ้น มีการปรับตัวทางอารมณ์และสังคมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ ทัศนคติและค่านิยมแห่งชีวิตของตน

ยังสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2543 : 183) การเรียนรู้โดยการเลียนแบบ เป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการสังเกตพฤติกรรมผู้อื่น (Observation learning) แล้วทำตามอย่าง หรือที่เรียกว่า “เลียนแบบ” ในทางจิตวิทยาการเลียนแบบ แบ่งออกเป็น การเลียนแบบท่าทาง เป็นการแสดง



ปฏิกริยาทำทางอย่างตรงๆ (Imitation) เช่น เวลาที่เด็กเห็นอุลตราแมนทำท่ายกมือไขว่กันเพื่อแสดงอิทธิฤทธิ์ปล่อยรังสีออกมาในภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ เด็กๆ ก็จะแสดงกิริยาตามอย่าง การเลียนแบบเช่นนี้เป็นการเลียนแบบจากภายนอก และอยู่ในระดับผิวเผินการเลียนแบบในด้านจิตใจ (Identification) โดยผู้เลียนแบบมีความต้องการบางอย่างทางจิตใจที่จะเป็นเหมือนตัวต้นแบบ และจะเลือกเอาคุณลักษณะบางประการของตัวต้นแบบมาเป็นของตนเอง เช่น เวลาเด็กเรียนรู้ วิธีการแก้ปัญหาของเณรน้อยอีกคิวซัง ก็จะเลือกเอาคุณลักษณะในการแก้ปัญหาของอีกคิวซังมาเป็นของตน เช่นเดียวกับการวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มผู้คลั่งไคล้ต้องการมีแม่แบบที่ตัวเองชื่นชอบไว้ทำตาม เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ตัวเอง หรือเป็นการหาจุดยืนให้ตัวเอง เช่น การชื่นชอบดารากาเอลี อยากมีบุคลิกทำทาง หน้าตา คล้ายกับดารากาเอลี จึงเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมทั้งการแต่งกาย ทรงผม รวมไปถึงบุคลิกทำทางอีกด้วย

และยังสอดคล้องกับสิริดา เตจ๊ะสา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ของผู้ชม ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของผู้ชม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีอายุเฉลี่ย 26.01 ปี ร้อยละ 71.0 เป็นเพศหญิงมีสถานภาพโสดและเป็นนักศึกษา กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการรับชมละครเกาหลีของผู้ชม ผู้ชมละครเกาหลีในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ร้อยละ 42.5 เปิดรับชมละครเกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ 2-4 ครั้งต่อเดือน ในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ ช่วงเวลาที่เลือกชมมากที่สุด คือช่วงเช้า (9.15 - 11.15 ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี) สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ เลือกชมมากที่สุดคือเนื้อหาสาระของละครเกาหลี และการตัดสินใจที่เลือกชมละครเกาหลีด้วยตนเอง ผู้ชมชอบชมละครเกาหลีแนวรักโรแมนติก ละครที่ผู้ชมชื่นชอบที่สุดคือเรื่อง สะดุดรักที่ปักใจ (Full House) และเจ้าหญิงรุ่มรวยกับเจ้าชายเย็นชา (Princess Hours) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์พบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของละครเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีมากที่สุดซึ่งบทหรือเนื้อหาสาระของละคร ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านทั่วไปของประเทศเกาหลีซึ่งเสื้อผ้าการแต่งกาย คือปัจจัยด้านทั่วไปที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการเลือกรับชมละครเกาหลี ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งการรับชมละครเกาหลีเพื่อเป็นการพักผ่อนในเวลาว่างคือปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการเลือกรับชมละครเกาหลี ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ซึ่งการจัดทำวีซีดี/ดีวีดีละครเกาหลีที่เคยออกอากาศทางโทรทัศน์คือการส่งเสริมการขายที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งการโฆษณาละครตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์คือสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการเลือกรับชมละครเกาหลี ซึ่งตรงกับผลการวิจัย



ของผู้วิจัยด้านตัวดารา/ศิลปิน เมื่อกลุ่มคลั่งไคล้ชื่นชอบดารา/ศิลปินแล้วยังส่งผลให้กลุ่มคลั่งไคล้ให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า หน้า ผม รวมไปถึงการศัลยกรรม เพื่อให้คล้ายคลึงกับต้นแบบมากที่สุดอีกด้วย

อิทธิพลของสื่อเกาหลีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง คือ มีการเลียนแบบบ้างบางส่วนแต่ยังไม่มาก เนื่องจากวัยรุ่นปรับเอาวัฒนธรรมที่เหมาะสมมาใช้กับตน ว่าสิ่งไหนควรทำตามและเหมาะสมกับเรา ทำให้เกิดการเลียนแบบแต่พอถึงแม้ว่าจะได้รับอิทธิพลจากสื่อบันเทิงเกาหลีหรือตามดารา/ศิลปินเกาหลีที่เราชื่นชอบ และมีการเข้าถึงคมจับกลุ่มการเดิน cover ประกวอดหรือโชว์ตามเวทีต่าง ๆ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตในระดับน้อยถึงปานกลาง คือ มีการเปลี่ยนแปลงแค่หนึ่งหรือสองอย่าง ส่งผลกระทบกับตัวเองโดยมีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปบ้างในบางเรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อเป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง เดอ เฟลโล (De Fleur, 1970:102) ทศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีแนวคิดพื้นฐาน 4 ทฤษฎี คือ 1.ทฤษฎีความแตกต่างของเอกบุคคล (The Individual Difference Theory) บุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อจะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดแบบการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและข่าวสารที่แตกต่างกัน 2.ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (The Social Categories Theory) บุคคลต่าง ๆ รวมตัวกันเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการที่เหมือนกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมรวมเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีความโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน ถือว่าตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ตัวแปรเหล่านี้จะเป็นตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารคล้าย ๆ กันด้วย 3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการมีอิทธิพลต่อการสื่อสารผู้นำความคิดเห็นทางสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่กระจายข่าวสาร ความคิดและการตัดสินใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคคล 4.ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม (The Culture Norms Theory) พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม กล่าวได้ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมของบุคคล

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย” ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน ส่วนคุณลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ



การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นของละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น
กล่าวคือ เพศ การศึกษา อาชีพและรายได้ ที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของ
กลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับงานวิจัยเล่มนี้คือกลุ่มคลังโคล้ที่ถูกคัดเลือกมา อายุไม่ได้เท่ากันทุกคน
แต่มีการเลือกรับสื่อที่คล้าย ๆ กัน มีความชื่นชอบและเปิดรับเหมือน ๆ กัน และส่งผลให้มี
การเลียนแบบที่คล้ายคลึง กันอีกด้วย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่ม
คลังโคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเฝ้าระวังสื่อของกลุ่มวัยรุ่นที่
อาจจะเกิดการคลังโคล้มากขึ้นกว่านี้ได้
2. งานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการที่จะศึกษาต่อเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลสื่อบันเทิงที่
ผลกระทบต่อวัยรุ่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีกฎหมายที่หาตัวได้ง่าย เพื่อง่ายต่อการเก็บข้อมูล และเพื่อที่จะได้ข้อมูล
อย่าครบถ้วนตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้
2. ควรเฉพาะเจาะจงเรื่องที่ต้องการศึกษา เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจน ไม่กว้างเกินไป
สามารถเจาะจงได้ และตามความต้องการของผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กนกนาฏ สง่าเนตร. (2541). การเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางใน
ระบบขายตรง. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานต์พิชา วงษ์ขาว. (2551). สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีใน
สังคมไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2533). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ครรชิต มาลัยวงศ์. (2546). ทักษะไอที. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. (2527). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู. (2540). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรม
ผู้บริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



พรพิมล เจียมนครินทร์. (2539) พัฒนาการวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : ต้นอ่อน.

พรทิพย์ วรจิณโศกพร. (2541). **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เมตตา วิวัฒน์นุกุล. (2548). **การสื่อสารต่างวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณุช ตันติวิทิตพงษ์. (2551). **พฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทย**.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมควร เจริญสุข. (2539). **พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชาย ธีรธนกุล. (2526). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิรดา เตจ๊ะสา. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่**.เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

Books

Backer, Samuel L. (1978). **Discovering Mass Communication**. Illinois: Scott Foresman and
Glewave.

De Fleur, Melvin L. **Theories of Mass Communication**. New York: David Mckay.

Maxwell E. McCombs, Lee B Becker. (1979). **Using Mass Communication Theory**. Englewood
Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Samovar, L.A. etal (eds). (1998). **Communication between Cultures (3rd ed)**. CA:
Wadsworth Publishing Company.

การผลิตวีดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในการทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอดจังหวัดเชียงใหม่
Video production documentary WAT JED YOT for manufacture a
participation of people to minister religious place in WAT JED YOT
Chiangmai

บุริภัทร วงศ์ไชยา¹ ชุภวิภา ศักดิ์ เชมวิมุตติ² สมพงษ์ บุญเลิศ³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพ ประสิทธิผลก่อนและหลังรับชมวีดิทัศน์สารคดี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดี กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินประสิทธิภาพของวีดิทัศน์สารคดีคือ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในด้านเนื้อหาของวีดิทัศน์สารคดีและด้านเทคนิคในการผลิตวีดิทัศน์สารคดี รวม 5 ท่าน กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินประสิทธิผลและความพึงพอใจคือสมาชิกในชุมชนที่เป็นกลุ่มที่มี การทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดเป็นประจำในพื้นที่บริเวณวัดเจ็ดยอด จำนวน 30 คนโดยคัดเลือกจากการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1. แบบประเมินประสิทธิภาพของวีดิทัศน์สารคดี 2. แบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังรับชมวีดิทัศน์สารคดี 3. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดีของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ 1) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

2) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 3) ดัชนีประสิทธิผล (E.I.)

ผลการวิจัยพบว่า วีดิทัศน์สารคดีมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.39, $S.D.$ = 0.74) มีดัชนีประสิทธิผลของวีดิทัศน์สารคดีก่อนและหลังรับชมพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.56 กลุ่มตัวอย่างมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 74.00 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07, $S.D.$ = 0.78) และความพึงพอใจที่มีต่อวีดิทัศน์สารคดีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

($\bar{X}$ = 4.51, $S.D.$ = 0.55)

คำสำคัญ : วีดิทัศน์, สารคดี, การมีส่วนร่วม, ศาสนสถาน

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ รองศาสตราจารย์ สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Abstract

The purpose of this research is to identify efficiency, effectiveness, and satisfaction of the viewer before and after viewing documentary. The sample for the efficiency of this research is five professors. The sample for determining the effectiveness and satisfaction of this research is the 30 local community members who participate in renovating Wat Jed Yot temple, all select with Convenience Sampling method. Research methods used are 1) quality assurance questionnaire for the documentary film 2) questionnaire on the viewers' opinion of the film before and after watching it 3) viewer satisfaction questionnaire. Statistic formulas used are 1) finding ($\bar{X}$) 2) finding standard deviation (S.D.) 3) finding effectiveness index (E.I.).

The result of the research suggests that the quality of documentary film is very good ($\bar{X}$ = 4.39, S.D. = 0.74). The effectiveness of the film before and after viewing is 0.56. The samples gain addition knowledge on the subject 74%. The sample strongly agree on participating with the renovation project ($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = 0.78). The film satisfaction is very satisfy ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.55).

Keyword: Video production, documentary, Participation, Religious place

บทนำ

ปัจจุบันสื่อวีดิทัศน์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและมีส่วนสำคัญอย่างมากในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ หรือนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อวีดิทัศน์คือการเล่าเรื่องด้วยภาพ โดยภาพทำหน้าที่หลักในการนำเสนอ ส่วนเสียงจะเข้ามาช่วยเสริมโดยณรงค์ สมพงษ์ (2535) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่สามารถตรวจเช็คภาพได้ทันทีและในขณะที่ถ่ายทำ ถ้าไม่พอใจก็สามารถลบทิ้งและบันทึกใหม่ได้ สำหรับเสียงก็สามารถบันทึกลงในแหล่งบันทึกพร้อมกับการบันทึกภาพได้ทันที ในขั้นตอนของการตัดต่อก็ทำได้โดยง่ายและไม่จำเป็นต้องแยกการบันทึกเสียงต่างหากเหมือนกับภาพยนตร์ สามารถให้ความเข้าใจในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ต้องการนำเสนอได้โดยมีความเป็นธรรมชาติ สื่อวีดิทัศน์จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับชมทั้งในด้านความคิดและจิตสำนึก ด้วยเหตุนี้หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จึงนิยมใช้สื่อวีดิทัศน์ในการเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่บุคลากรหรือผู้ที่ได้รับชมเพื่อให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น

วัดมหาโพธารามหรือวัดเจ็ดยอดนั้นเป็นแหล่งโบราณสถานแห่งหนึ่งที่ประกอบไปด้วยความงดงามทางด้านประติมากรรม สถาปัตยกรรมทางศาสนาเป็นจำนวนมาก โดย มารุต อัมรานนท์



(2546:13-14) ได้อธิบายถึงโบราณสถานที่สำคัญในวัดเจ็ดยอดมากมาย หนึ่งในนั้นได้แก่ สรูปเจ็ดยอด นอกจากเจดีย์ที่มีความสำคัญและความสวยงามมากแล้ว ภายในวัดยังมีโบราณสถานที่สำคัญอีกมากมายทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศหลงใหลเข้ามาท่องเที่ยว เยี่ยมชมความสวยงามทางด้านโบราณสถาน และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยังหลงเหลืออยู่ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตขึ้นมากในจังหวัดเชียงใหม่ได้ส่งผลให้ประชาชนที่อาศัยอยู่รอบบริเวณโบราณสถานที่สำคัญเหล่านี้ หันไปสนใจการท่องเที่ยวมากขึ้นและให้ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าที่จะคำนึงถึงจิตสำนึกในการร่วมทำนุบำรุงโบราณสถาน หวังใช้ประโยชน์จากโบราณสถานเหล่านี้เพียงแค่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้เท่านั้น แม้ว่ากรมศิลปากรได้มีการเข้ามาบูรณะโบราณสถานเหล่านี้ แต่โบราณสถานภายในวัดเจ็ดยอดก็ยังคงทรุดโทรมลงไปเรื่อย ๆ ทั้งจากภัยธรรมชาติและโดยฝีมือมนุษย์เอง ไม่เหมือนกับสมัยก่อนซึ่งได้คำนึงถึงประวัติความเป็นมา ความสำคัญของแหล่งโบราณสถานมากกว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นและทราบปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการผลิต วิดีทัศน์สารคดีเพื่อให้ชาวบ้านหรือผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณวัดเจ็ดยอดเกิดการรับรู้เข้าใจในประวัติศาสตร์ แร่คร่ำของคนในอดีต จนทำให้เกิดทัศนคติและสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งโบราณสถานและบริเวณรอบวัดเจ็ดยอดและนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการช่วยกันทำนุบำรุงศาสนสถานและเขตพุทธสีมาวัดเจ็ดยอด เชียงใหม่และยังเป็นการช่วยกันอนุรักษ์แหล่งโบราณสถานในวัดเจ็ดยอดให้คงอยู่เพื่อคนรุ่นต่อไป ได้ศึกษาเรียนรู้และอนุรักษ์โบราณสถานเหล่านี้สืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อผลิตวีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอดเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน
2. เพื่อศึกษาความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัดเจ็ดยอดจากการชมวีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอดของชุมชนวัดเจ็ดยอด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอดของชุมชนวัดเจ็ดยอด

สมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ได้วีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอดที่ใช้ในการช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดที่ผ่านการประเมินคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคในระดับมากขึ้นไป
2. ชุมชนวัดเจ็ดยอดมีความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอดในระดับ มาก ขึ้นไปและเกิดโครงการเพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอดจากการร่วมมือกันในชุมชนวัดเจ็ดยอด
3. ชุมชนวัดเจ็ดยอดมีความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดีในระดับ มาก ขึ้นไป



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ชุมชนที่เป็นกลุ่มที่มีการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดเป็นประจำในพื้นที่บริเวณวัดเจ็ดยอด จำนวน 30 คน (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยคัดเลือกจากการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากประชาชนบริเวณรอบวัดเจ็ดยอดที่มีการทำกิจกรรมร่วมกับวัด การใช้การคัดเลือกแบบการสุ่มแบบสะดวกเนื่องจากประชาชนในชุมชนวัดเจ็ดยอดมีเวลาว่างไม่ตรงกัน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. สื่อเพื่อการพัฒนา คือ วิดีทัศน์สารคดี เรื่อง วัดเจ็ดยอด
2. แบบสอบถามความคิดเห็นด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคของผู้เชี่ยวชาญ
3. แบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังรับชมวีดิทัศน์สารคดี
4. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดีของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ สารคดี การผลิตวีดิทัศน์ การมีส่วนร่วมของชุมชน ความพึงพอใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โบราณสถานต่างๆ
2. สร้างเครื่องมือ ตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ปรับปรุงและแก้ไข
3. ดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการทดลองเบื้องต้นกับกลุ่มย่อยขนาดเล็กก่อน แล้วจึงทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างคือชุมชนที่เป็นกลุ่มที่มีการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดเป็นประจำในพื้นที่บริเวณวัดเจ็ดยอด จำนวน 30 คนโดยคัดเลือกจากการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากประชาชนบริเวณรอบวัดเจ็ดยอดที่มีการทำกิจกรรมร่วมกับวัด ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างก่อนรับชมวีดิทัศน์สารคดี จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างรับชมวีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอดซึ่งมีความยาวประมาณ 15 นาที เมื่อกลุ่มตัวอย่างรับชมสารคดีเสร็จแล้ว ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างหลังรับชมภาพยนตร์สารคดี แบบสอบถามความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดี และเมื่อทำแบบทดสอบเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาหาค่าเฉลี่ย เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างผลค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการรับชมวีดิทัศน์สารคดีเรื่องวัดเจ็ดยอด
4. ให้ชาวบ้านทำการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองวางแผนโครงการกิจกรรมร่วมกันของชุมชน ที่เกี่ยวเนื่องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอด



การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้พัฒนาเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังรับชมภาพยนตร์สารคดี และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อวิถีทัศน์สารคดี โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

1.2 วิเคราะห์แบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดำเนินการดังนี้

2.1 วิเคราะห์คุณภาพของวิถีทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด

2.2 วิเคราะห์ประสิทธิผลความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงแนวคิดการสร้างโครงการเพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง

2.3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิถีทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอดโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. วิถีทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอดที่ใช้ในการช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอด ผ่านการประเมินคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$ S.D.=0.64) ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยใช้เกณฑ์ของประคอง กรรณสูตร (2538 : 117) จากการทดลองกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน สามารถทำแบบทดสอบความรู้และความคิดเห็นหลังการรับชมวิถีทัศน์สารคดีผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 27 คนคิดเป็นร้อยละ 90.00

2. การหาประสิทธิผลของความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงของชุมชนวัดเจ็ดยอดก่อนและหลังการทดลอง มีประสิทธิผลอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลความรู้ของชุมชนสูงขึ้นร้อยละ 56.00 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงของชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$ S.D. =0.55) โดยผลการทดสอบด้านความรู้ก่อนการรับชมวิถีทัศน์สารคดีของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน สามารถทำแบบทดสอบได้คะแนนเฉลี่ย 4.13 คิดเป็นร้อยละ 41.30 และมีผู้ผ่านเกณฑ์การทดสอบ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ผลการทดสอบด้านความรู้ภายหลังการวิถีทัศน์สารคดี กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถทำแบบทดสอบได้คะแนนเฉลี่ย 7.40 คิดเป็นร้อยละ 74.00 และมีผู้ผ่านเกณฑ์การทดสอบ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถทำแบบสอบถามด้านความรู้หลังการรับชม ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ถึงร้อยละ 90.00 และผลสัมฤทธิ์ด้านความคิดเห็นในการเข้ามามีส่วนร่วมใน



การทำนุบำรุงหลังจากการรับชมวีดิทัศน์เพิ่มขึ้นก่อนการรับชมวีดิทัศน์ โดยความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดหลังจากที่ได้รับชมวีดิทัศน์นั้นได้แก่ มีความศรัทธาและรักวัดเจ็ดยอด, แนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่ในวัดเจ็ดยอด และ เข้ามามีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอด ส่วนความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความต้องการเข้ามาช่วยกิจกรรมของวัดเจ็ดยอด และมีความคิดในการชักชวนคนทั่วไปมาเข้าวัดเจ็ดยอด ค่าเฉลี่ยรวมด้านความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมหลังรับชมวีดิทัศน์ ($\bar{X} = 4.51$ S.D. = 0.55) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

3. การศึกษาความพึงพอใจของชุมชนวัดเจ็ดยอดที่มีต่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอดพบว่าค่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังรับชมวีดิทัศน์สารคดีมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ระดับมาก 8 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.41 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 เมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำแนกตามแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาสื่อความหมาย เข้าใจง่าย (4.50) ความยาวของวีดิทัศน์ มีความเหมาะสม (4.83) การดำเนินเรื่องวีดิทัศน์สารคดีน่าสนใจ (4.53) เกิดความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอด (4.50) ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ เนื้อหา มีความชัดเจน (4.30) เนื้อหามีความน่าสนใจ (4.20) วีดิทัศน์สารคดีบอกประวัติ ความเป็นมาของวัดเจ็ดยอดได้ (4.47) ภาพ สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง (4.47) เสียงบรรยายชัดเจนและทำให้ผู้ฟังมีอารมณ์คล้อยตาม (4.40) ระดับความดังของเสียงบรรยาย มีเหมาะสม (4.40) เสียงประกอบเหมาะสม (4.17) มีความรู้เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของวัดมากขึ้น (4.37)

4. ชุมชนวัดเจ็ดยอดได้เสนอแผนโครงการกิจกรรมร่วมกันของชุมชน ที่เกี่ยวเนื่องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอด ได้แก่ การให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตัว เข้าเยี่ยมชมโบราณสถานและโบราณสถานที่สำคัญภายในวัดเจ็ดยอด การกระจายข่าวให้เกิดกลุ่มจิตอาสาในการเข้ามาช่วยดูแลรักษาความสะอาดของวัด

อภิปรายผล

จากการผลิตวิดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด ที่ใช้ในการช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดสรุปได้ว่า คุณภาพของวิดิทัศน์สารคดีเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และกลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิผลหลังเข้ารับชมวิดิทัศน์สารคดี มีความรู้ในเรื่องประวัติและศาสนสถานที่ดีขึ้นก่อนการรับชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยพบประเด็นที่สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. วิดิทัศน์สารคดีที่ได้ผลิตขึ้นนั้นมีคุณภาพภาพสูงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ การประเมินคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผู้ชมสามารถทำแบบสอบถามความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงของชุมชนวัดเจ็ดยอดหลังการทดลองผ่านเกณฑ์มากกว่าการทำแบบสอบถามก่อนการทดลองโดยผลคะแนนหลังการทดลองได้คะแนนเฉลี่ย 7.40 คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนผลคะแนนก่อนการทดลองได้คะแนนเฉลี่ย 4.13 คิดเป็นร้อยละ 41.30 ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากวิดิทัศน์สารคดีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นมีการตรวจสอบความผิดพลาดโดยอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหาและเทคนิค และได้นำไปทดลองเบื้องต้นกับชมแบบ 1:1 จำนวน 3 คน เพื่อหาประสิทธิภาพ และปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก จำนวน 10 คน จากนั้นนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ส่งผลให้วิดิทัศน์สารคดีมีคุณภาพ สามารถสื่อความหมายให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการบอกได้เป็นอย่างดีและจากการให้บุคคลภายนอกมาแสดงความคิดเห็นถึงปัญหาและสิ่งที่ยากให้เกิดขึ้นกับวัดเจ็ดยอดนั้นเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงวัดอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพิ่มพูน นันทขว้าง (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพยนตร์สารคดีนำเสนอการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของชุมชนประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสื่อภาพยนตร์สารคดีเพื่อให้ผู้ชมได้มีความเข้าใจในประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาพบว่าสื่อภาพยนตร์สารคดีสามารถสร้างความเข้าใจให้ผู้ชมได้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพ ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในเวียงกุมกาม

2. การหาประสิทธิผลของความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงของชุมชนวัดเจ็ดยอดก่อนและหลังการทดลอง มีประสิทธิผลอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลความรู้ของชุมชนสูงขึ้น ร้อยละ 56.00 จากผลที่ปรากฏได้แสดงให้เห็นว่าผู้ชมมีประสิทธิผลทางการเรียนรู้และความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมสูงขึ้น ทั้งนี้ เพราะการจัดองค์ประกอบของภาพอย่างเหมาะสม การใช้ตัวละครที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านหรือผู้ที่อยู่อาศัยบริเวณวัดเจ็ดยอดซึ่งค่อนข้างจะมีอายุ ประกอบกับการสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นภายในวัด



จากความคิดของนักท่องเที่ยวจึงเป็นตัวกระตุ้นและผลักดันให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความคิดในการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศาสนสถานภายในวัดเจ็ดยอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอดของกลุ่มตัวอย่างหลังรับชมวีดิทัศน์สารคดี มีระดับความคิดเห็นในการเข้ามามีส่วนร่วมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของนิพัทธเวช สืบแสง (2526:35) ที่ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงสถานการณ์ของเขา ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายใต้การกำหนดและการดำเนินของประชาชนเอง สอดคล้องกับยุพาพร รูปงาม(2545:5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงได้ให้ชาวบ้านแบ่งกลุ่มระดมความคิดจนได้กิจกรรมโครงการที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อทำนุบำรุงวัดเจ็ดยอด ได้แก่ การให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตัวเข้าเยี่ยมชมโบราณสถานและโบราณสถานที่สำคัญภายในวัดเจ็ดยอด การกระจายข่าวให้เกิดกลุ่มจิตอาสาในการเข้ามาช่วยดูแลรักษาความสะอาดของวัด เช่นเดียวกับบุไรวรรณ อ่อนอุไร (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่องการอนุรักษ์โบราณสถานเชิงสถาปัตยกรรมในเขตกำแพงเมืองชั้นในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปว่าการอนุรักษ์โบราณสถานสถาปัตยกรรมควรให้การช่วยเหลือกันหลายฝ่าย ทั้งภาคส่วนราชการและเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระสงฆ์ที่มีความใกล้ชิดกับโบราณสถานและเป็นผู้ดูแลวัดควรจัดให้มีการดูแลรักษาในเรื่องของการจัดใช้ที่ดินและสถานที่ของวัด ควรมีการจำแนกประเภทการใช้ที่ดินให้เป็นสัดส่วน และควรจัดให้มีการฟื้นฟูบูรณะบริเวณที่เสื่อมโทรมให้ดูมีชีวิตชีวาและพัฒนาได้เท่าที่จำเป็น ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาโบราณสถานเชิงสถาปัตยกรรมในเขตกำแพงเมืองชั้นในจังหวัดเชียงใหม่ ควรสร้างจิตสำนึก การย้ำเตือนให้เกิดสติ การชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญอย่างมีเหตุผล ควรลดบทบาทของรัฐบาลลงและเปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีส่วนในการรับผิดชอบดูแลโบราณสถาน กำหนดขอบเขตในการอนุรักษ์ ส่งเสริมและให้จัดการศึกษาไว้ในหลักสูตรและจัดทัศนศึกษาให้นักเรียน กลุ่ม ชมรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ไปชมโบราณสถานแต่ละแห่งและเป็นการสร้างเสริมความเข้าใจในคุณค่าอย่างถูกต้องแท้จริง

3. จากการศึกษาความพึงพอใจต่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอดของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยเท่ากับ 0.58 เพราะผู้วิจัยได้ออกแบบวีดิทัศน์สารคดีให้ตรงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีอายุ การออกแบบภาพ การดำเนินเรื่องจึงเป็นไปอย่างเรียบง่าย ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรับชมวีดิทัศน์อย่างสบายใจ การนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นลำดับขั้นตอนเริ่มจากประวัติวัดไปจนถึงเรื่องราวการสัมผัสความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ได้มีการพูดถึงปัญหาและต้องการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงวัด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้รับชมเกิดแรงจูงใจในการ



เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับอุทัยพรรณ สุดใจ (2545 : 7) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนะของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า วิดีทัศน์สารคดีเรื่อง วัดเจ็ดยอด เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความรู้และความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำนุบำรุงศาสนสถานวัดเจ็ดยอดและยังสามารถใช้เป็นตัวอย่าง ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีที่ต้องการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ของวัดหรือศาสนสถานอื่นๆ อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาและความยาวของเรื่องเพื่อให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของวัดและโบราณสถานให้มากยิ่งขึ้น

1.2 เครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะใช้งานควรมีพื้นที่สำหรับใช้งาน Harddisk มากกว่า 50 GB มีหน่วยความจำหรือ RAM ที่มีความเร็วสูงเพื่อประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกในการผลิตตัดต่อ วิดีทัศน์สารคดี

1.3 เสียงบรรยายหรือเสียงพูด ควรมีความชัดเจน และมีเสียงหนัก เบาในการพูด เพื่อความสนุกสนานและสร้างความสนใจได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการบันทึกเสียงควรใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูงและป้องกันลมจากปากเวลาพูด เพื่อความสั่นไหวในการรับฟังและความสะดวกในการตัดต่อ

2.2 ควรมีการเพิ่มเติมบทบรรยายภาษาไทยด้านล่างประกอบในขณะที่กล่าวถึงศาสนสถาน เพื่อให้ผู้รับชมวีดิทัศน์สารคดีทราบถึงการเขียนชื่อที่ถูกต้องของศาสนสถาน



เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ สมพงษ์ .(2535). **สื่อเพื่อการส่งเสริมและเผยแพร่**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นิพัทธเวช สืบแสง .(2526). **การอพยพของชาวเขาเผ่าขมุ** : สถานการณ์และผลกระทบต่อชุมชน. ม.ป.ท., สถาบันวิจัย.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ .(2527). **การทดสอบแบบอิงเกณฑ์ แนวคิดและวิธีการ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เพิ่มพูน นันทขว้าง .(2550). **ภาพยนตร์สารคดีนำเสนอการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของชุมชนประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม**. เชียงใหม่:การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มารุต อัมรานนท์ .(2546). **วัดเจ็ดยอด(มหาโพธาราม)ศิลปะยุคทองของล้านนา**. เชียงใหม่: มิ่งเมือง.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุไรวรรณ อ่อนอุไร .(2544). **การอนุรักษ์โบราณสถานเชิงสถาปัตยกรรมในเขตกำแพงเมืองชั้นในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่:การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ความรับผิดชอบหน้าที่
สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Animation Production of Duty Responsibility
for Chiang Mai Rajabhat University Students

ณัฐพร ปิงมูลทา¹ เสรี ปานขาว² ศุภกฤษ เมธิโกพงษ์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาวิธีการสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติที่เหมาะสมในการนำเสนอให้ผู้ชมตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบหน้าที่ และศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 92 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย สื่อการ์ตูนแอนิเมชันที่สร้างขึ้น แบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อ และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ โดยนำผลการประเมินมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่การสร้างสื่อ และการประเมินคุณภาพของสื่อ ใช้ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อจากการ์ตูนแอนิเมชันจำนวน 5 เรื่อง และนำผลมาเป็นแนวทางในการสร้างสื่อผสมผสานกับการใช้เทคนิคแอนิเมชันเสมือนจริง ใช้แนวคิดในการนำชีวิตประจำวันของนักศึกษาเป็นเนื้อเรื่องเพื่อกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความรู้สึกสะเทือนใจกดดันจากพฤติกรรมของตัวละคร และให้เห็นถึงผลเสียของการเป็นผู้ขาดความรับผิดชอบหน้าที่ สื่อที่สร้างขึ้นประมวลผลเป็นไฟล์วิดีโอในรูปแบบความคมชัดสูง ความยาว 5 นาที 30 วินาที ผลการประเมินพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี หมายถึงการสร้างสื่อตามวิธีการและแนวคิดที่ระบุข้างต้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : แอนิเมชัน ความรับผิดชอบหน้าที่

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ อาจารย์ ดร.ประจำสาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



ABSTRACT

The objectives of this study were to find the approach to conduct suitable 3D animation enable audience to be aware of the significance of being responsibility, and to study the satisfactory of the target group on the animation. The sampling group were 92 computer major students, Faculty of Science and Technology, Chiang Mai Rajabhat University. The study tools consisted of the animation, media's effectiveness evaluating questionnaire and satisfactory evaluating questionnaires. The evaluation result was analyzed by finding the mean and standard deviation. The study was divided into 2 parts; the media conducting and the media assessment. For an approach of media conducting, the study used table analyzing media component from 5 animations and took the result to be an approach of conducting the media mixing with the use of real animation, and used the students daily life as the story content to feel the pressure from the character's action and to see the disadvantage of being irresponsible person. The animation was made to be video file in HD form with 5 minutes 30 seconds length. The evaluation result revealed that the sampling group had satisfactory level in a good level which meant the media conducted following the approach mentioned above was suitable and capable to promote effectively.

Keywords: animation duty responsibility

บทนำ

นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 18-22 ปีเป็นกลุ่มที่จัดอยู่ในวัยรุ่นตอนปลายและกำลังเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงสำคัญของแต่ละบุคคลที่ต้องตัดสินใจวางแผนการดำเนินชีวิตของตนเอง การศึกษาและเรียนรู้การใช้ชีวิตในสังคมมหาวิทยาลัยเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคคลเพื่อการเข้าสู่การดำเนินชีวิตจริงในสังคม ดังนั้นนักศึกษาจึงควรมีคุณลักษณะที่แสดงถึงความเอาใจใส่ จดจ่อ ตั้งใจมุ่งมั่นต่อหน้าที่การทำงาน การศึกษาเล่าเรียนเพื่อให้บรรลุถึงความสำเร็จ (ฐปนวัฒน์ ชุกกลิน, 2555 : 8) ซึ่งก็คือความหมายของความรับผิดชอบนั่นเอง การมีความรับผิดชอบเป็นเครื่องมือช่วยให้บุคคล องค์กร สังคม ประเทศก้าวหน้าสู่ความเจริญและสงบสุข



ลักษณะของการขาดความตระหนักในเรื่องความรับผิดชอบ เช่นขาดความเอาใจใส่ในการเรียน การมีวินัย การดูแลรักษาสิ่งของสาธารณะ การประพฤติตนตามใจ ไม่สนใจต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับส่วนรวม ขาดความมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ สิ่งทั้งหลายเหล่านี้ล้วนบั่นทอนโอกาส ความสำเร็จ ความก้าวหน้า ทั้งส่วนตัวและส่วนรวมทั้งสิ้น หากมีบุคคลที่มีความรับผิดชอบน้อยจำนวนมาก ก็ยังมีโอกาสเกิดความเสียหาย วนวาย ไม่เป็นที่พึงปรารถนาของสังคม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องช่วยกันส่งเสริมให้บุคคลมีความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการมีความรับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ถือเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสื่อสารให้บุคคลได้รับข้อมูลเพื่อทราบและเข้าใจในเรื่องดังกล่าว

ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าช่วยในการประชาสัมพันธ์หลายแบบ การประชาสัมพันธ์โดยการสร้างเป็นเรื่องราวที่ช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนใจ ตระหนักรู้ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้เทคโนโลยีการตูนแอนิเมชัน 3 มิติเป็นวิธีการหนึ่งเนื่องจากได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกเพศทุกวัย อีกทั้งในกระบวนการสร้างยังสามารถใช้จินตนาการได้อย่างไม่มีขอบเขต และสามารถใช้อธิบายเรื่องที่ซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่าย ดังนั้นสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติจึงสามารถสื่อสารถึงผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การหาวิธีการผูกเรื่องราวเนื้อหาที่น่าสนใจพร้อมกับเทคโนโลยีการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิตินั้นเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยฉบับนี้ โดยผู้วิจัยมีแนวคิดในการทดลองใช้วิธีการสร้างภาพเคลื่อนไหวและเสียงให้เสมือนจริงมากที่สุด ออกแบบตัวละครและฉากให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้แนวคิดการนำเรื่องราวชีวิตประจำวันของนักศึกษาเป็นเนื้อเรื่องโดยถ่ายทอดผ่านตัวละครการ์ตูนที่สวยงาม โดยแต่งเรื่องราวแบบ สนุก สุข ทุกข์ หักมุมด้วยโศกเศร้า สะเทือนใจ เพื่อกระตุ้นความสนใจและเกิดความประทับใจ แล้วให้ผู้ชมกลุ่มทดลองตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ยืนยันคุณภาพของวิธีการสร้างและนำเสนอเพื่อเป็นข้อมูลการตัดสินใจในการนำเสนอไปนำเสนอ และใช้ประโยชน์เป็นข้อมูล แนวทางในการผลิตสื่อการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อหาวิธีการสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติที่เหมาะสมในการนำเสนอให้ผู้ชมตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อหน้าที่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการตูนแอนิเมชันที่สร้างขึ้น

สมมติฐานการวิจัย

1. สื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่มีภาพและเสียงเสมือนจริง รวมถึงมีเนื้อเรื่องที่ก่อกวนและสะเทือนใจ สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความตระหนักในเรื่องความรับผิดชอบได้



2. กลุ่มตัวอย่างที่ชมสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติที่สร้างขึ้นตามวิธีการ แนวคิด จะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของการสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ และส่วนของการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อที่สร้างขึ้น กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 1,104 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรยามาเน่ (Yamane อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540 : 71) โดยการสุ่มอย่างง่าย มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 10 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ แบบประเมินประสิทธิภาพของสื่อ และแบบประเมินความพึงพอใจ การสร้างสื่อใช้ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทาง และใช้เทคนิคการสร้างแอนิเมชันแบบเสมือนจริง นำเสนอเรื่องราวที่แต่งขึ้นโดยใช้แนวคิดนำชีวิตประจำวันของนักศึกษาเป็นเนื้อเรื่องเพื่อกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความรู้สึกสะท้อนใจตงันจากพฤติกรรมของตัวละคร และให้เห็นถึงผลเสียของการเป็นผู้ขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ แบ่งกระบวนการสร้างเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนการผลิตรายการ และขั้นตอนหลังการผลิต ประเมินประสิทธิภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้สื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่เหมาะสม และประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดให้ชมสื่อพร้อมกัน ใช้การวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นตัวชี้วัด

ผลการวิจัย

การสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เริ่มจากศึกษาข้อมูลเอกสารและวิเคราะห์หลักการออกแบบ หลักการสร้างการ์ตูนแอนิเมชัน และข้อมูลด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันได้ทำการคัดเลือกสื่อตัวอย่างจากเว็บไซต์เผยแพร่สื่อมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบสื่อโดยใช้ตารางวิเคราะห์สื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งอิงกับหลักการสร้างสื่อเพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของสื่อตัวอย่าง และนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์ให้เป็นแนวทางผลิตรายการ จากกระบวนการข้างต้นทำให้ได้เทคนิควิธีการสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชันแบบเสมือนจริง ที่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความสนใจรับชมสื่อ และนำเทคนิคที่ได้มาสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ ความยาว 5 นาที 30 วินาที มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการขาดความรับผิดชอบในหน้าที่ของนักศึกษา และสื่อให้ผู้ชมเห็นถึงผลเสียของการเป็นผู้ขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ร่วมกับการกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความรู้สึก



สะท้อนใจ กัดดันกับพฤติกรรมของตัวละคร ส่งผลให้ผู้ชมเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้

จากการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านประสิทธิภาพของสื่อมากที่สุด รองลงมาคือด้านเนื้อหาของสื่อ และให้ความสำคัญด้านการนำเสนอภาพ เสียง และระยะเวลาอย่างน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมของการประเมินทั้ง 3 ด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อที่สร้างขึ้นอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ได้กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการประเมินทั้ง 3 ด้านพบว่าระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างสื่อด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ แต่ให้ความสำคัญกับทุกด้านในระดับเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่าการสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติให้มีประสิทธิภาพควรจะต้องให้ความสำคัญในรายละเอียดการสร้างสื่อทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ด้านเนื้อหาของสื่อ ด้านการนำเสนอภาพ เสียง และระยะเวลา และด้านประสิทธิภาพของสื่อ ในระดับความสำคัญเท่าเทียมกันเพื่อให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้สื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเรื่อง ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ สามารถใช้เป็นสื่อในการนำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลในด้านการตูนแอนิเมชันพบว่าสามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล(2547 : 5) ที่กล่าวว่า “ไม่ว่าในอดีตหรือปัจจุบัน การ์ตูนมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราอยู่เสมอ ความนิยมในการใช้การ์ตูนนำเสนอเรื่องราวและ เป็นสื่อกลาง ยังมีความนิยมและพัฒนาการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ เรื่องราวต่าง ๆ ที่ใช้การ์ตูนทำให้เกิดความเพลิดเพลิน เข้าใจ และอาจผ่อนคลายความเครียดได้ การ์ตูนหลายเรื่องมีบทบาทสร้างสรรค์สังคม การสร้างการ์ตูนที่มีเอกลักษณ์พิเศษเป็นที่นิยม สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการนำเสนอเรื่องราวได้เป็นอย่างดี พัฒนาการของการตูนซับซ้อนมากขึ้นจนมีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ ในวงการศึกษ การตูนมีบทบาทต่อการเรียนรู้ และนำมาใช้เป็นสื่อการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง”

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและอิทธิพลของสื่อเพราะสื่อในปัจจุบันไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ล้วนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านการสร้าง หรือการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ ของมวลชน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของประชาชนเป็นอย่างมาก ซึ่งเชื่อกันว่าสื่อสามารถทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ผู้ที่ชมสื่อจะได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอและผลการเรียนรู้นั้นจะปรากฏออกมาเป็นบุคลิกภาพของตนเอง หากสื่อ



ปลูกฝังสิ่งดีงามก็จะเป็นผลดีต่อสังคม แต่หากสื่อปลูกฝังสิ่งเลวร้าย ถ้าผู้รับชมไม่รู้จักแยกแยะและวิเคราะห์สื่อนั้นก็ทำให้ผู้รับชมตกเป็นเครื่องมือของผู้สร้างสื่อ นั้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาอย่างรอบคอบและถี่ถ้วน เป็นไปตามข้อมูลความเป็นจริง โดยนำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเรื่องการเปิดรับและการเข้าถึงสื่อ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการทุน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพเคลื่อนไหว หลักการวิเคราะห์และวิจารณ์ แอนิเมชัน รวมถึงงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นหลักการและแนวทางในการวิจัยเพื่อสร้างการทุนแอนิเมชัน เรื่อง ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ โดยการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในสื่อการทุนแอนิเมชันนำเสนอให้ผู้รับชมเห็นถึงพฤติกรรมการขาดความรับผิดชอบต่อตัวละคร และผลเสียที่เกิดขึ้นต่อตัวเอง โดยใช้แนวคิดนำเรื่องราวในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายมาเป็นเนื้อเรื่อง เพื่อสร้างความตระหนักถึงผลเสียของการเป็นคนขาดความรับผิดชอบต่อผู้รับชม นำเสนอเนื้อเรื่องผ่านสื่อการทุนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่มีภาพและเสียงเหมือนจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

โดยหลังจากการประเมินสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตสื่อ ปรากฏว่าสื่อมีประสิทธิภาพต่อการรับรู้และสร้างความพึงพอใจได้ในระดับดี เป็นไปตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ รวมถึงการนำเสนอสื่อในรูปแบบการทุนแอนิเมชัน 3 มิติที่มีภาพและเสียงสมจริงเป็นการนำเสนอที่น่าสนใจ เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วผู้เชี่ยวชาญจะเห็นสื่อการทุนแอนิเมชันรูปแบบ 2 มิติ มากกว่าการทุนแอนิเมชัน 3 มิติ อาจจะมีข้อแก้ไขอยู่เล็กน้อยในเรื่องของเทคนิคการทำ การเคลื่อนไหวของตัวละครให้ดูเป็นธรรมชาติ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะว่าเป็นเรื่องของการประสพการณ์ที่จะต้องมีการฝึกฝนให้ดียิ่งขึ้น

ส่วนผลของการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 92 คน พบว่าสื่อการทุนแอนิเมชัน เรื่อง ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สามารถสร้างความดึงดูดและความน่าสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากการตั้งใจรับชมการนำเสนอสื่อ โดยหลังจากที่กลุ่มเป้าหมายได้ชมสื่อเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม พบว่าสื่อการทุนแอนิเมชันสามารถสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ได้เป็นอย่างดี รวมถึงความพึงพอใจในเนื้อหา การนำเสนอด้านภาพ เสียง และระยะเวลา รวมถึงประสิทธิภาพของสื่อที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในระดับดี กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจเนื้อหาและตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อผู้อื่น เนื่องมาจากการนำเสนอในรูปแบบการทุนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่สร้างขึ้นด้วยเทคนิคภาพและเสียงเหมือนจริง รวมถึงการใช้สี การออกแบบฉาก และการใช้เสียงดนตรีประกอบที่มีคุณภาพ ซึ่งถือว่าสื่อการทุนแอนิเมชัน



3 มิติเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ช่วยเพิ่มแรงดึงดูดและความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี นำมาซึ่งความสนใจในการรับชมสื่อ เกิดการรับรู้ และอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้ และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเพื่อนำเสนอเรื่องอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางที่อาจจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรสร้างสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติที่ให้ความสำคัญกับเนื้อหา เทคนิคการสร้าง และประสิทธิภาพของสื่อ ในระดับเท่าเทียมกัน
2. ควรทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันโดยสร้างการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่มีเนื้อเรื่องในเชิงสร้างความตระหนักในการรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม และใช้เทคนิคพิเศษใหม่ ๆ ในการสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้รับชม
3. องค์ความรู้ที่ปรากฏในการวิจัยครั้งนี้ อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ ที่ส่งเสริมสังคมในเรื่องอื่น ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธนปวัฒน์ ชุกลิน. (2555). การศึกษาการปรับพฤติกรรมความรับผิดชอบการส่งงานของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยใช้เทคนิคเสริมแรงทางบวก. นครศรีธรรมราช : รายงานวิจัยในชั้นเรียน โรงเรียนจุฬาภรณราชวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปิยกุล เลาว์ณศิริ. (2532). Computer Animation. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.
- ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล. (2547). การสร้างภาพยนตร์ 2D อนิเมชัน = How to make 2D animation. กรุงเทพฯ : มิเดีย อีเทเลจิเอนซ์ เทคโนโลยี.

ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา

Documentary Film : The Moral and Ethic

Cultivation for Students

วิทยา มาบุญธรรม¹ ศุภกฤษ เมธีโกคพงษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นแบบกึ่งทดลอง เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อนและหลังรับชมภาพยนตร์สารคดี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อภาพยนตร์สารคดี เรื่อง “ก้องไดอารี่” กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดีคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 4 ท่าน ด้านเทคนิค 2 ท่าน และด้านเสียง 1 ท่าน รวม 7 ท่าน กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินประสิทธิผลและความพึงพอใจคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี 2) แบบประเมินความรู้ ความเข้าใจ ในภาพยนตร์สารคดี 3) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์สารคดี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ 1) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 2) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 3) ดัชนีประสิทธิผล (E.I.)

ผลการวิจัยพบว่า ภาพยนตร์สารคดีมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีมาก ตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ($\bar{X}=4.80$, S.D.= 0.29) มีดัชนีประสิทธิผลของภาพยนตร์สารคดี ก่อนและหลังรับชมพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.3665 กลุ่มตัวอย่างมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 36.65 และความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์สารคดีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}= 3.75$, S.D. = 0.81)

คำสำคัญ: ภาพยนตร์สารคดี / ปลุกฝัง / คุณธรรมจริยธรรม / นักศึกษา

ABSTRACT

The purposes of this quasi-experimental research were to study the efficiency and the effectiveness of the documentary film entitled “Kong’s Diary”. Another objective was to evaluate the satisfaction of the audience toward the documentary

¹ นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์ ดร.ประจำสาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

film. The expert group which had to evaluate the efficiency included 7 experienced personnel, in the film content, sound quality, the quality of the film. The samples to evaluate the effectiveness and level of satisfaction were the 3rd year students who were studied Industrial Technology from the Faculty of Science and Technology in Chiang Mai Rajabhat University in the year 2013. The research instruments were 1) a form for assessing the efficiency of the documentary film 2) a form for assessing the effectiveness of the documentary film and 3) a form for assessing the level of satisfaction with the film. The statistical information obtained in analyzing the data were: 1) mean ($\bar{X}$) 2) standard deviation (S.D.) and 3) The effectiveness index (E.I.).

The results showed that the documentary film had efficiency in a very good level ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.29) with the effectiveness of the film, before and after the viewing, The documentary film was equal to 0.3665 of a progressive learning, increasing with 36.65% and the level of satisfaction with the film was in the highest level of satisfaction ($\bar{X}$ =3.75, S.D. = 0.81)

Key words : Documentary Film / Efficiency / Effectiveness / Satisfaction

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันประสบวิกฤตปัญหาด้านความเสื่อมโทรมของศีลธรรม และจิตใจเป็นอย่างมาก อันสืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมเมืองขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยการแก่งแย่ง แข่งขัน เพื่อการเอาตัวรอดจากสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันการสูงมาก ภาวะเสื่อมโทรมของศีลธรรมและจิตใจนับวันจะแผ่กระจายออกไปเป็นวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ ในหลายๆ หน่วยงาน และสังคมต่าง ๆ ผลสะท้อนของปัญหาดังกล่าว ทำให้ได้รับทราบถึงข่าวที่เป็นปัญหามาจากความเสื่อมโทรมของศีลธรรม ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้เห็นอยู่เป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความรุนแรง การนอกใจคู่ครอง การล่อลวงละเมิดทางเพศ การทุจริต การคดโกง การกดขี่ข่มเหง เป็นต้น จากผลการวิจัยในกลุ่มเยาวชนพบว่า เยาวชนจำนวนร้อยละ 83 เห็นว่าการซื้อสัตย์เกินไปเป็นสิ่งดี เพราะจะถูกเอาเปรียบ และเยาวชนจำนวนร้อยละ 51 เห็นว่าการโกงบ้างก็ไม่เป็นไรหากทำประโยชน์ ซึ่งถือว่าน่าเป็นห่วง หากเยาวชนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าการโกงไม่ใช่เรื่องแปลก และเห็นว่าความซื้อสัตย์เป็นสิ่งไม่ดี ซึ่งถือเป็นการผิดศีลในข้อ 2 จากผลสำรวจที่เกี่ยวข้องด้านคุณธรรมจริยธรรม ยังสะท้อนถึงการผิดศีลข้อ 3 ที่น่าเป็นห่วงคือ มีผู้ชายถึงร้อยละ 41 เคยนอกใจคู่ครอง และผลวิจัยยังพบว่าวัยรุ่นใช้เวลาสายสัมพันธ์กันไม่เกิน 1 วันจึงตกลงมีเพศสัมพันธ์ถึงร้อยละ 22.2 ในจำนวนนี้เยาวชนใน กทม.



จำนวนร้อยละ 29.4 มีคูนอนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยสะท้อนถึงวิกฤติ ด้านคุณธรรมจริยธรรมอีกเป็นจำนวนมาก เช่น เด็กมัธยมร้อยละ 38 ต้มเหล้า และประชาชนเล่นหวย ได้ดินถึง 400,000 ล้านบาทต่อปี สิ่งเหล่านี้เอื้อสะท้อนให้เห็นว่าถึงเวลาแล้วที่สังคมไทยจะต้องใช้ คุณธรรมเข้ามาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างจริงจัง (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม, 2550 : 1)

ในด้านคุณธรรม ก็มีคุณความดีเพียงพอที่จะเป็นหลักประกันว่า จะไม่ก่อให้เกิดอันตราย หรือความเดือดร้อนเสื่อมโทรมเสียหายเป็นภัยแก่สังคมหรือแก่ใครๆ ตรงข้าม จะมีแต่พฤติกรรม ที่อำนวยประโยชน์เกื้อกูลแก่การดำรงอยู่และดำเนินไปด้วยดีของชีวิตตนและสังคม และคุณธรรมนั้น ก็มั่นคง เพราะเป็นสิ่งที่เ็นไปเองตามธรรมชาติแห่งเหตุปัจจัยของมัน คือ เพราะมีปรีชาญาณที่ให้เกิด ทัศนคติอย่างใหม่ต่อโลกและชีวิตเป็นฐานรองรับ (พระธรรมปิฎก, 2542 : 885)

งานวิจัยนี้ได้นำหลักของคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามของจิตใจต่อตนเอง และคนรอบข้างก็ย่อมจะรับรู้ได้ถึงความดีที่ได้กระทำนั้น หากเมื่อแต่ละคนยึดมั่นในคุณธรรมจริยธรรมนั้น ทำให้ครอบครัว สังคม และประเทศชาติอยู่กันอย่างปรกติสุข

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องสร้างสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา เพื่อใช้เป็นสื่อในการช่วยให้นักศึกษาได้เห็นความสำคัญและ ตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรม ให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่ต้องการของผู้ประกอบการคือ ขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ อดทน เสียสละ และมีความรับผิดชอบ ช่วยลดวิกฤตศีลธรรมในปัจจุบัน เนื่องจากนักศึกษาจะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่ทรงคุณค่า มีคุณภาพต่อสังคม และเป็นกำลังสำคัญ ต่อประเทศชาติในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาประสิทธิภาพภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม เรื่อง “ก้องไดอารี่”
2. เพื่อหาประสิทธิผลภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม เรื่อง “ก้องไดอารี่”
3. เพื่อหาความพึงพอใจของนักศึกษาในการชมภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม เรื่อง “ก้องไดอารี่”

สมมติฐานการวิจัย

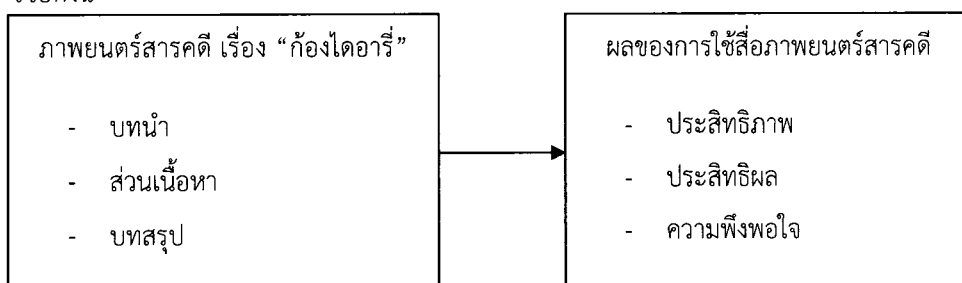
1. ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ที่นักวิจัยได้สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพของอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นไป

2. ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ที่นักวิจัยได้สร้างขึ้น มีประสิทธิผลในการสร้างความตระหนัก และเห็นความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมของผู้รับชมสื่อสูงกว่าก่อนชม

3. ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์สารคดี ส่งเสริมปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ที่นักวิจัยได้สร้างขึ้น อยู่ในระดับพึงพอใจมากขึ้นไป

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การผลิตภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เทคนิคด้านภาพ และเทคนิคด้านเสียง เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อภาพยนตร์สารคดี

1.2 นักศึกษา คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 40 คน เพื่อหาประสิทธิผล และความพึงพอใจในการรับชมสื่อภาพยนตร์สารคดี

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 2 คน เทคนิคด้านภาพจำนวน 2 คน ด้านตรวจสอบเครื่องมือ 2 คน และเทคนิคด้านเสียงจำนวน 1 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 กลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 40 คน โดยการใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดการประพฤติปฏิบัติ และสร้างความตระหนักในด้านคุณธรรมจริยธรรม เพื่อหาประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี
2. แบบทดสอบเพื่อหาประสิทธิผลของสื่อภาพยนตร์สารคดีปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาหลังชมภาพยนตร์สารคดีปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองใช้รูปแบบการศึกษาแบบ One Group Pretest Posttest Design โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามลำดับดังนี้

1. วางแผนติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านเทคนิค และด้านเสียง เพื่อขอประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี
2. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อขอออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี
3. นำแบบประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดีไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านเทคนิค และด้านเสียง ประเมินเพื่อหาประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี
4. นำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. ติดต่อประสานงานสถานที่ทดลองสื่อที่สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
6. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อออกหนังสือขออนุญาตใช้สถานที่เพื่อทดสอบสื่อภาพยนตร์สารคดี
7. นำสื่อภาพยนตร์สารคดี ไปใช้กับนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการขอใช้ห้องคอมพิวเตอร์ของสาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ช่วงเวลาระหว่าง 9.00 น. – 11.00 น. โดยก่อนรับชมสื่อภาพยนตร์สารคดี ให้นักกลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบก่อนรับชมสื่อ หลังจากนั้นให้ชมสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ความยาว 20 นาที



8. เมื่อรับชมสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา จบลง ได้ให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบหลังจากรับชมสื่อภาพยนตร์สารคดี และนำแบบประเมินความพึงพอใจสอบถามนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

9. นำข้อมูลที่ได้ไปใช้คำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (บุญชม ศรีสะอาด, 2546 : 160)

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดีโดยผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						การแปลผล
		คนที่				$\bar{X}$	S.D.	
1	ด้านเนื้อหาและ การลำดับเรื่อง	4	4.5	4.75	4.5	4.44	0.32	ระดับดี

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					การแปลผล	
		คนที่				$\bar{X}$	S.D.	
		1	2	3	4			
2	ด้านภาพ	4	4.75	4.75	4.75	4.56	0.48	ระดับดีมาก
3	ด้านตัวอักษร	3.75	5	4.75	4.5	4.5	0.52	ระดับดี
4	ด้านภาษา	4	4.75	4.75	4.5	4.5	0.47	ระดับดี
5	ด้านเสียง	4	4.5	4.5	4.5	4.38	0.34	ระดับดี
6	ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4	5	5	4.67	4.67	0.45	ระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.96	4.75	4.75	4.57	4.51	0.43	ระดับดีมาก



จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับดีมาก ตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.43) ถ้าพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปหาน้อยพบว่า ประสิทธิภาพด้านที่มากที่สุดคือ ด้านที่ 6 ประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.45) ด้านที่ 2 ภาพ ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.48) รองลงมาคือ ด้านที่ 4 ภาษา ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.47) และน้อยที่สุดคือ ด้านที่ 5 เสียง ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.34) ตามลำดับ

2. สถิติที่ใช้ในการหาประสิทธิผลของสื่อภาพยนตร์สารคดีตามวิธีการของกูดแมนและชไนเดอร์ (Goodman, Fletcher and Schneider, 1980 : 30 - 34)

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบดัชนีประสิทธิผลของภาพยนตร์สารคดี

จำนวนผู้รับชม ภาพยนตร์สารคดี	คะแนนเต็ม	ผลรวมของคะแนน		ดัชนี ประสิทธิผล E.I.	ร้อยละ
		ก่อนชมสารคดี	หลังชมสารคดี		
30	2,100	1,337	1,827	0.3665	36.65

จากตารางที่ 2 พบว่า ดัชนีประสิทธิผลของภาพยนตร์สารคดีก่อนและหลังรับชมพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.3665 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้เพิ่มขึ้น 0.3665 คิดเป็นร้อยละ 36.65

3. สถิติที่ใช้ในการหาความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (บุญชม ศรีสะอาด, 2546 : 160)



ตารางที่ 3 แสดงผลความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์สารคดี

หัวข้อประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	5	4	3	2	1	$\bar{X}$		
1. เนื้อหาที่มีความชัดเจน ดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่อง	5	14	8	3		3.70	0.86	พึงพอใจมาก
2. การดำเนินเรื่องกระชับ น่าสนใจ	7	10	11	2		3.73	0.91	พึงพอใจปานกลาง
3. ภาพมีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง	6	15	9			3.90	0.70	พึงพอใจมาก
4. ตัวอักษรที่ใช้มีความ เหมาะสมกับภาพยนตร์สารคดี	9	13	8			4.03	0.77	พึงพอใจมาก
5. สีตัวอักษรมีความชัดเจน	11	10	9			4.07	0.80	พึงพอใจมากที่สุด
6. ภาษาที่ใช้สื่อความหมาย เข้าใจง่าย	2	14	11	3		3.50	0.76	พึงพอใจมาก
7. ใช้ภาษาได้เหมาะสมกับ เนื้อหา	5	8	15	2		3.53	0.86	พึงพอใจปานกลาง
8. เสียงดนตรีและเสียง ประกอบอื่นๆ ที่ใช้มีความ เหมาะสม	7	13	9	1		3.87	0.79	พึงพอใจมาก
9. เสียงบรรยายมีความชัดเจน เหมาะสม	2	10	12	6		3.27	0.84	พึงพอใจปานกลาง
10. เสียงและภาพมีความ สอดคล้องกัน	3	15	10	2		3.63	0.77	พึงพอใจมาก
11. ระยะเวลาความยาวของ ภาพยนตร์สารคดี	7	16	3	4		3.87	0.91	พึงพอใจมาก
12. ภาพยนตร์สารคดีมี ประโยชน์ควรค่าแก่การเรียนรู้	8	12	10			3.93	0.79	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75	0.81	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์สารคดี โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = 0.81) ถ้าพิจารณาเป็นรายข้อจากมากไปหาน้อยพบว่า



ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ข้อ 5. สัตว์อักษรมีความชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = 0.80) ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ข้อ 4. ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสมกับภาพยนตร์สารคดี ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.77) ข้อ 12. ภาพยนตร์สารคดีมีประโยชน์ควรค่าแก่การเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.79) ข้อ 3. ภาพมีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = 0.70) ข้อ 8. เสียงดนตรีและเสียงประกอบอื่นๆ ที่ใช้มีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = 0.79) และข้อ 11. ระยะเวลาความยาวของภาพยนตร์สารคดี ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = 0.91) ความพึงพอใจปานกลางคือ ข้อ 2. การดำเนินเรื่องกระชับน่าสนใจ ($\bar{X}$ = 3.73, S.D. = 0.91) ข้อ 1. เนื้อหาที่มีความชัดเจนดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.86) ข้อ 10. เสียงและภาพมีความสอดคล้องกัน ($\bar{X}$ = 3.63, S.D. = 0.77) ข้อ 7. ใช้ภาษาได้เหมาะสมกับเนื้อหา ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.86) ข้อ 6. ภาษาที่ใช้สื่อความหมายเข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 3.50, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุดคือข้อ 9. เสียงบรรยายมีความชัดเจน เหมาะสม ($\bar{X}$ = 3.27, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา โดยใช้เกณฑ์ 5 ระดับ เก็บข้อมูลจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 40 คน พบว่า มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.43) ซึ่งผลที่ได้มีประสิทธิภาพสูงกว่าสมมุติฐานที่ตั้งไว้ คือ สมมุติฐานข้อที่ 1 ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี

2. ประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา โดยใช้การหาค่าดัชนีประสิทธิผล E.I. (Effectiveness Index) จากแบบทดสอบเกณฑ์ 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ พบว่า ดัชนีประสิทธิผลของภาพยนตร์สารคดีก่อนและหลังรับชมมีค่าเท่ากับ 0.3665 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้เพิ่มขึ้น 0.3665 คิดเป็นร้อยละ 36.65 เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา มีประสิทธิผลในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมของผู้ชมหลังรับชมสูงกว่าก่อนชม

3. ความพึงพอใจของผู้ชมหลังการรับชมภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา โดยใช้เกณฑ์ 5 ระดับ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = 0.81) ซึ่งผลที่ได้มีระดับความพึงพอใจเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ คือ สมมุติฐานข้อที่ 3 ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์สารคดีปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก



อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา จากผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน แบ่งเป็นการประเมินประสิทธิภาพด้านเนื้อหา ด้านเทคนิค และด้านเสียง พบว่า ประสิทธิภาพโดยรวมของภาพยนตร์สารคดี อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.43) ซึ่งได้ผลการประเมินมาจากการตอบแบบประเมินประสิทธิภาพของภาพยนตร์สารคดีที่ได้สร้างขึ้น โดยสร้างเป็นคำถามให้เลือกตอบ สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพ ด้านตัวอักษร ด้านภาษา ด้านเสียง และด้านประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า ภาพยนตร์สารคดีมีเนื้อหาที่ง่ายต่อการเรียนรู้ เนื่องจากได้มีการนำเอาผู้แสดงที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง มาถ่ายทอดแนวคิด ประสบการณ์ ทำให้ง่ายต่อการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ พอล โรธา (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548 : 24) ที่ว่า ภาพยนตร์สารคดีคือ เรื่องราวของความจริงจากเหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งแสดงออกในลักษณะที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมมนุษย์ นอกจากนี้ภาพยนตร์สารคดียังมีการใช้เทคนิคการนำเสนอที่หลากหลายทำให้เกิดความน่าสนใจในภาพยนตร์สารคดี และยังมีการเลือกใช้เสียงที่เหมาะสมกับภาพยนตร์สารคดี ทำให้ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับที่ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สุรพงษ์ พินิจคำ (<http://elearning.aru.ac.th/3011103/soc43/topic20/linkfile/print5.htm>) ได้กล่าวไว้ว่า การเคลื่อนไหวของภาพเกิดจากการแปลความคิดและถ้อยคำให้เกิดเป็นภาพ โดยการประกอบภาพแล้วจึงลำดับภาพแต่ละภาพให้ต่อเนื่องและมีความหมาย ส่วนเสียงดนตรี (Music) มีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกนึกคิดและจินตนาการของผู้ฟังภาพยนตร์ซึ่งสามารถสื่อทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน จึงใช้ดนตรีเพิ่มความหมายแก่ภาพและเสียงพูดหรือภาษาอื่นๆ

2. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพก่อนและหลังรับชมภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา จากการทดลองสื่อภาพยนตร์สารคดี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจ ในการปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม เพิ่มมากขึ้น มีค่าเท่ากับ 0.3665 คิดเป็นร้อยละ 36.65 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพิ่มพูน นันทขว้าง (2550) ได้ศึกษาภาพยนตร์สารคดีนำเสนอการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของชุมชนประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม ผลพบว่า สื่อภาพยนตร์สารคดีสามารถทำให้ผู้ชมได้มีความเข้าใจในประวัติศาสตร์ลักษณะทางกายภาพและปัญหาต่างๆ ในเวียงกุมกามเพิ่มมากขึ้น

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจภายหลังรับชมภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา พบว่าความพึงพอใจภายหลังรับชมภาพยนตร์สารคดีอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}$) = 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.81 ซึ่งสอดคล้องกับ D'Elia (1979 : 283) ที่ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่สนองตอบต่อสภาพแวดล้อมของด้านความพึงพอใจ หรือเป็นสภาพจิตใจของบุคคลที่สนองตอบว่ามีความชอบมากน้อยเพียงไร และ



Jacobson (1963 : 92) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจคือ 1)ทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น 2) ความพึงพอใจส่วนตัว 3) ความมีเสรีภาพในการแสดงออก 4) การมีส่วนร่วมร่วมกับสิ่งนั้นๆ

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา เป็นภาพยนตร์สารคดีที่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีมาก และมีประสิทธิผลที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจ ในการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น และผู้ชมยังมีความพึงพอใจภายหลังรับชมภาพยนตร์สารคดีอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ดังนั้นภาพยนตร์สารคดีนี้จึงมีความเหมาะสมควรค่าแก่การเผยแพร่เพื่อเกิดประโยชน์แก่บุคคลทั่วไปได้รับรู้และเกิดความตระหนักในการปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรม และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปใช้

1.1 สื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา นำเสนอเฉพาะสามประเด็นหลักคือ ประเด็นด้านการคดโกง ประเด็นด้านอบายมุข และประเด็นด้านรักในวัยเรียนเท่านั้น ซึ่งอาจมีประเด็นรองด้านอื่นๆอีกที่น่าสนใจ ควรจะได้นำเสนอในโอกาสต่อไป เพื่อให้ภาพยนตร์สารคดีมีความทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.2 ในการนำสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ไปใช้นั้น ควรจะมีอุปกรณ์ที่สามารถใช้เปิดไฟล์ของสื่อสารคดีได้ ซึ่งไฟล์ที่ใช้ในสื่อสารคดีนี้ เป็นไฟล์รูปแบบที่สามารถเปิดได้กับเครื่องเล่นดีวีดี และเครื่องคอมพิวเตอร์

1.3 สื่อภาพยนตร์สารคดี นับว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีประสิทธิภาพมาก ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องด้วยมีการผสม

มผสานเทคนิคต่างๆ เข้าไป ไม่ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และกราฟฟิกต่างๆ ดังนั้นนับว่ามีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานการศึกษาที่จะนำไปใช้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เชิญชวน หรือปลุกฝังในด้านต่างๆ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

2.1 การออกแบบสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา เป็นการเล่าเรื่องราวโดยผ่านตัวแสดงจากประสบการณ์ของตนเองที่ได้ไปพบเห็นมา โดยสลับภาพระหว่างการเล่า และภาพเหตุการณ์ประกอบตามเนื้อหา ซึ่งตัวแสดงควรมีภาพปรากฏในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย เพื่อความสมจริง และสามารถสื่อให้เห็นได้อย่างชัดเจน

2.2 การออกแบบสื่อภาพยนตร์สารคดี ปลุกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่นักศึกษา ในการดำเนินการจัดทำครั้งต่อไป ควรจะเน้นไปด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะจะได้มุมมองที่ลึกขึ้น

มีรายละเอียดต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้ภาพยนตร์สารคดีมีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจ สร้างความตระหนักได้มากยิ่งขึ้น

2.3 ในการออกแบบเครื่องมือแบบสอบถาม ควรเพิ่มเติมให้มีลักษณะคำถามแบบ ปลายเปิด หรือการตั้งเป็นประเด็นต่างๆ ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น เพื่อจะทำให้ได้ข้อมูล ด้านต่างๆมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- บุญชม ศรีสะอาด. (2546). **การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร**. กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.
- พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตโต). (2542). **พุทธธรรม**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- เพิ่มพูน นันทขว้าง. (2550). **ภาพยนตร์สารคดีนำเสนอการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของชุมชนประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม**. เชียงใหม่ : ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม [ออนไลน์]. (2555). เข้าถึงได้จาก : (<http://highlight.kapook.com/view/8048>). สืบค้น 22 กรกฎาคม 2555.
- สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **การผลิตภาพยนตร์ชั้นสูง** หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรพงษ์ พินิจคำ.(2550). เอกสารประกอบการเรียนวิชาการถ่ายภาพยนตร์เพื่องานภาพยนตร์. <http://elearning.aru.ac.th/3011103/soc43/topic20/linkfile/print5.htm> (5 กรกฎาคม 2550)
- D'Elia, George Patrick Michael. (1979). **The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians**, Library Quarterly 49.
- Goodman R.I., K.A. Fletcher and E.W. Schneider. (1980). **The Effectiveness Index as Comparative Measure in Media Product Evaluation**. Educational Technology.
- Jacobson, Pual B., Reavis, William C. and Logsdon, James A. (1963). **The Effective School Principle**.(2nd ed.) New York: Prentice-Hill Inc., Englewood Cliffs, 1963.

JOURNAL

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES
CHIANGMAI RAJABHAT UNIVERSITY
202 Changpuek Rd. Muang Chiang Mai, Thailand 50300
www.management.cmru.ac.th