



วารสารช่อพะยอม CHOPHAYOM JOURNAL
ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 พุทธศักราช 2565
ISSN 1513-5462 / ISSN 2730-1826 (online)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วารสารช่อพะยอม CHOPHAYOM JOURNAL
ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 พุทธศักราช 2565
ISSN 1513-5462 / ISSN 2730-1826 (online)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการในสาขาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. เพื่อส่งเสริมให้นักวิชาการและผู้สนใจได้นำเสนอผลงานวิชาการในรูปแบบบทความวิชาการ
4. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่ปรึกษา :

รองศาสตราจารย์ ว่าที่พันตรี ดร.กิตติกรณ์ บำรุงบุญ คณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิปปย์ ชยานุสาสนี จันทร์ดอน รองคณบดี
อาจารย์ ดร.จินดา แก่นสมบัติ รองคณบดี

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	อาจารย์ ดร.วุฒิสีธิ์ จีระกมล
	อาจารย์วิมล เขตตะ
	อาจารย์อิสระ ตรีปัญญา

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลิต ชูกำแพง	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงษ์พงศ์คำ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเสนอ ตรีวิเศษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา จันทร์เทว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรค	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา กุลสุวรรณ	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาไทย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ชนไพโรจน์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท เมฆเมืองทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
	ราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญชู ภูศรี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจัญ จันเตบ	ผู้ทรงคุณวุฒิ (ภาษาไทย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เนียมสา	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิติพงศ์ พิมพิพิเศษ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิทยา สัพโส	มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา ทองสุพล	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชันย์ นิลวรรณภา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร เชาวรัตน์	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาอังกฤษ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัย วรรณอุดร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุณี สาทิตานันต์	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาอังกฤษ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จงจิตงาม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ ชินบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หิรัญ จักเสน	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิชัย นันชนันต์	มหาวิทยาลัยนครพนม
อาจารย์ ดร.ธวัชชัย ศิลปะโชค	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
อาจารย์ ดร.พนิดา ตาสี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อาจารย์ ดร.อัศรครา มะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ว่าที่ พ.ต.ดร. กิตติกรณ์ บำรุงบุญ	สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ โสภา	สาขาวิชาภาษาอังกฤษ
อาจารย์ ดร.วาริช ราศรี	สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการ พัฒนาท้องถิ่น

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย และบทความวิชาการ
วารสารช่อพะยอม ตั้งแต่ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2565

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณก ดวงขาทม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคะ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัฐพล อินต๊ะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิติพงศ์ พิมพิพิเศษ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หิรัญ จักรเสน	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา ทองสุพล	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เนียมสา	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญชู ภูศรี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร วรรณทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัย วรรณอุดร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ ชินบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศราวุธ โชติจำรัส	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ธีรชพล คำสะอาด	มหาวิทยาลัยอุดรธานี
อาจารย์ ดร.สิริกัญญา วรชิน พิสิษฐ์ไพบูลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
อาจารย์ ดร.นิสริน หวังตักกวาดิน	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
อาจารย์ ดร.กัลยาณี กฤตโตปการกิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร.ธวัชชัย ศิลปโชค	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
อาจารย์ ดร.อัศรครา มะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ปาริชาติ ศรีสนาม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ณิชาภา ยศุตมธาดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ทัศนวิทย์ ศรีมันตะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



อาจารย์ ดร.สุวิธาน อุ่นอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สุขศิลป์ ประสงค์สุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สุมาลี พลขุนทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ธนพล เอกพจน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ ธนะโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.กฤต โสดาลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการจัดทำวารสารช่อพะยอม

อาจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ ธนะโคตร	กรรมการออกแบบปก
อาจารย์ ดร.ระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์	กรรมการฝ่ายติดต่อประสานงาน
อาจารย์สิรินภา ขจรโมทย์	กรรมการจัดรูปเล่ม
อาจารย์ศิริินนา วอนแก่น้อย	เลขาบรรณาธิการ
นายกิตติศักดิ์ จันบัวลา	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ

พิสูจน์อักษร รูปแบบบทความ และการอ้างอิง

อาจารย์พิณรัตน์ เย็นเสริม	กรรมการพิสูจน์อักษรและภาษาต่างประเทศ
อาจารย์ชุตินา กองสมบัติ	กรรมการพิสูจน์อักษรและภาษาต่างประเทศ
อาจารย์ ดร.สุมาลี พลขุนทรัพย์	กรรมการพิสูจน์อักษรและการอ้างอิง
อาจารย์ ดร.ธนพล เอกพจน์	กรรมการพิสูจน์อักษรและการอ้างอิง
อาจารย์นัยนา ประทุมรัตน์	กรรมการพิสูจน์อักษรและการอ้างอิง
อาจารย์รตนดา อาจวิชัย	กรรมการพิสูจน์อักษรและการอ้างอิง
อาจารย์ผุสดี กิจบุญ	กรรมการตรวจสอบรูปแบบบทความ
อาจารย์ปวีณา ภูมิแดนดิน	กรรมการตรวจสอบรูปแบบบทความ

ข้อกำหนดเฉพาะของวารสาร

1. บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารชอพะยอมได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) จำนวนอย่างน้อย 3 ท่าน ต่อบทความ ซึ่งเป็นการประเมินโดยใช้รูปแบบการกลั่นกรอง แบบ Double - blind Peer Review

2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

3. ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสาร เป็นความคิดเห็น และความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับวารสารชอพะยอมแต่ประการใด

4. กองบรรณาธิการวารสารชอพะยอมไม่สงวนสิทธิ์ การคัดลอก โดยการอ้างอิงแสดงที่มา

กำหนดพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทบรรณาธิการ

วารสารช่อพะยอม ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 ประจำปีพุทธศักราช 2565 ฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม เป็นอีกฉบับหนึ่งที่กองบรรณาธิการตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานวารสารวิชาการในสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานในฐานะสื่อกลางการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนการส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิชาการที่ประกอบไปด้วยบทความทางวิชาการ บทความงานวิจัย และบทปริทัศน์หนังสือ ซึ่งวารสารฉบับนี้ได้นำเสนอบทความทั้งหมด 15 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิจัย 12 เรื่อง บทความวิชาการ 2 เรื่อง และบทปริทัศน์หนังสือ 1 เรื่อง ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และได้รับการกลั่นกรองจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการ Peer Review ทุกท่านที่ได้กลั่นกรองบทความทุกเรื่องเพื่อให้มีคุณภาพสร้างมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณะทำงานทุกฝ่ายที่ทุ่มเทกายใจผลิตวารสารโดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านต่าง ๆ ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้เป็นวิทยาทาน และเป็นการพัฒนาศาสตร์และศิลป์ของแต่ละสาขาวิชาให้มีความเข้มแข็งนำสู่สาธารณชน เป็นการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาไทยท้องถิ่นอาเซียน และสากลสืบต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา
บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

บทความวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

Creative Product Development from Local Wisdom in Khok
Phu Tha Ka Khon Kaen Province A Case Study of Reed Mat
Weaving Group Ban Hin Rong, Wiang Kao District, Khon Kaen
Province

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล

Burin Plengdeesakul and Pakinee Plengdeesakul 15

การออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น
ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

Cocoon Soap Product Design Ban Klang Muen Community
Enterprise Group Subdistrict, Mueang District, Kalasin
Province

สุรยุทธ์ นาคโดด ภาณุพงศ์ ธนะโคตร พรสวรรค์ นนทะภา
และ อภิชาติ เอี่ยมวิจารณ์

Surayut Nakdod Panuphong Tanakhote
Pornsawan Nonthapha and Apichat Iamvijan 40

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

การวิเคราะห์สมุนไพรที่ปรากฏในเอกสารใบลาน

An Analysis of Thai Traditional Herbs in the Palm-Leaf
Manuscript

ณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์

Narongsak Rawarin

61

การศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของ
มหาวิทยาลัย หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19The Study to Develop Design Criteria for University
Cafeterias – Post Covid – 19

ขวัญเนตร บลูเมอ

Kwannate Blume

81

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคามFactors Effecting Operating Employee's Making Decision
to Work in Rajabhat Mahasarakham University

มัทนา ยี่สารพัฒน์

Makkawa Yeesarapat

108

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

ภาวะผู้นำทางวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี

Academic Leadership Affecting the Learning

Management of Schools under Primary Educational

Service Area Office, Lopburi

ธารินี กิตติกาญจน์โสภณ เบญจภรณ์ รัญระนา และอารียา ภาวศิริวัฒน์

Tarinee Kittikanjanasophon Benjaporn Runrana and Ariya

Phuvakeereevivat

125

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความ
ผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ
จำกัด

The Relationship between Internal Communication

Strategy and Gen Y's Employee Engagement of Bangkok

Broadcasting and Television Co., Ltd.

นิชาภา วัฒนาดิษฐกุล และ พรพรหม ชมงาม

Nichapa Wattanadissakul and Pornprom Chomngam

146



สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้น
ปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม

Chinese Vocabulary Memorizing Strategies of Third Year
Students, Majoring in Chinese Program, Faculty of
Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha
Sarakham University

อัญชณา ทองกระจาย และ เหิง หวาง

Anchana Thongkrajai and Heng Wang

164

การศึกษาวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการ
หักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีน

The Analysis of Grammatical Functions and Semantic
Aspects of Antonyms “反而” and “相反” in Chinese

ชาลิสา กลิ่นสกุล ปิญญาตา เผื่อนนาค และ วสันต์ ทรัพย์ศิริพันธ์

Chalisa Klinsakul Pinyada Puennak and Wasan Supsiriphan 187

New Normal Words: An Analysis of Word Formation
Processes of COVID-19 Neologisms

Warangkana Aakkarapanuvittaya and Napsri Timyam 209

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

Guidelines for Designing Local Learning Materials from
place name in the Process of Studying Landscape Ar
chitecture Ban Nong Sim, Lao Chan Village, Kaedam
District, Maha Sarakham Province.

Samonwan Worakarn and Thanet Chatjutamanee 237

Move Analysis of Print and Online Advertisements

Chatnarong Chaidet Chawin Srisawat and Kedsiree Tienprasert 264

บทความวิชาการ

ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู : สารัตถะและข้อเสนอใหม่เกี่ยวกับอักษรไทยน้อย
King Xoumphou Inscription : Essence and New Suggestions
for Tai Noi Alphabet Studies

นายวิมล เขตตะ

Wimol Khetta 283

“หมอลำ” กระแสการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางดนตรีสมัยใหม่
“Mor Lam” The Changing Trend of Modern Music Culture
สราวุฒิ สี่หาโคตร สมศักดิ์ ท้าวสabay ณัฐวุฒิ พฤษะศรี
และ ธนบูรณ์ สินทร

Sarawut Srihakhot Somsak Taosabai Nutthawut Phusasri
and Thanabun Sinton 312

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทปริทัศน์หนังสือ	
บทวิจารณ์หนังสือ : ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่ Book Review : Language in Modern Society and Culture วิเชษฐชาย กมลสัจจะ Wichetchay Kamonsujja	329
คำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์วารสารช่อพะยอม คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	341

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

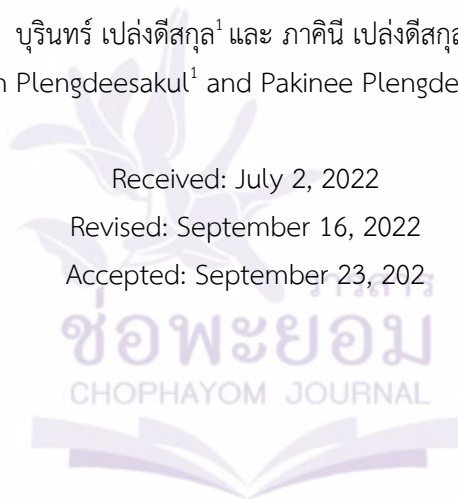
Creative Product Development from Local Wisdom in Khok
Phu Tha Ka Khon Kaen Province
A Case Study of Reed Mat Weaving Group Ban Hin Rong, Wiang
Kao District, Khon Kaen Province

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล¹ และ ปากินี เปล่งดีสกุล²
Burin Plengdeesakul¹ and Pakinee Plengdeesakul²

Received: July 2, 2022

Revised: September 16, 2022

Accepted: September 23, 2022



¹สาขาวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น Department of Visual Arts and Communication
Arts, Faculty of Fine and Applied Arts Khon Kaen University
(Email: pburin@kku.ac.th)

²สาขาวิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Department of Design, Faculty of Architecture Khon Kaen University
(Email: Pakinee@kku.ac.th)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในเขตโคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ปฏิบัติได้แก่ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง และผู้เกี่ยวข้องได้แก่ผู้บริโภค นักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนาม ด้วยแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบ และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ประกอบกับผลงานการออกแบบ

จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเสื่อกกของกลุ่มยังมีรูปแบบที่ไม่ทันสมัยทั้งลวดลายและสี รูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นของใช้ เช่น กล่องใส่ทิชชู หมอนขนาดต่าง ๆ เสื่อพับ และชุดรองจาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่น ๆ ในระดับตลาดเดียวกัน คือตลาดประเภทสินค้าพื้นถิ่นชุมชน และปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญคือยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายมาซื้อได้ถูกต้องและเหมาะสม ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนในเขตโคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและสวยงามขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่องให้เกิดการจดจำผ่าน

ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ประจำวัน ขยายตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ : พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, เสื่อกก, ในเขตโคกภูตากา

Abstract

The article entitled Creative Product Development from Local Wisdom in Khok Phu Tha Ka Khon Kaen Province: A Case Study of Reed Mat Weaving Group Ban Hin Rong, Wiang Kao District, Khon Kaen Province had the objectives of studying the current status, problems, and the needs for the creative products from the local wisdom in Khok Phu Tha Ka area, the case study of reed mat weaving group at Ban Hin Rong, Muang Kao Phatthana, Wiang Kai district, Khon Kaen province. The target group for this research about Knowledge group, including community leaders, village philosophers design expert Practitioners include Ban Hin Rong reed mat weaving group and related parties include consumers and tourists. By using a qualitative research method. The data was collected from both documental and field data using surveys and questionnaires. The data was then analyzed to determine the conceptual framework in the design and presented through descriptive analysis to accompany



the design work.

The study showed that the products made from the group's reed mats consist of an out-of-date form in both the patterns and the colors. Most products were everyday objects, such as tissue boxes, different-sized pillows, folding mats, and dish placemats, similar to other brands in the same market, the market for local goods. Another problem was that they did not have their own brand or logo and lacked public relations to draw in the correct and appropriate target customers. The design and development aspect of the creative products for the communities in Khok Phu Tha Ka area, Wiang Kao district, Khon Kaen province, emphasized creative product design and development in making outstanding and beautiful products to expand the target customer groups and creating the identity for the Hin Rong reed mat weaving group through their logos and packaging. Additional emphasis was on developing exotic products suitable for the work lifestyle and helping to expand the market for the group. More importantly, the researcher used the local wisdom within the communities to create the meaning that goes in line with the uniqueness of the products to create the identity of both the products and the reed mat weaving group of Ban Hin Rong in Wiang Kao district, Khon Kaen province.

Keywords : Creative Product Development, local wisdom, reed mat, Khook Phu Tha Ka

บทนำ

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ในบริเวณศูนย์กลางของภาคอีสาน ยังเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยีของภูมิภาค เนื่องจากเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และมีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และด้านอื่น ๆ หลากหลายรูปแบบ (หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, 2562) โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่กระจายอยู่ทั่วทั้งจังหวัดโดยเฉพาะในเขตพื้นที่โคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น โคกภูตากา เป็นป่าสาธารณะประจำตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่ทั้งหมด 706 ไร่ 1 งาน 22 ตารางวา ราษฎรในตำบลดังกล่าวได้พร้อมใจกันถวายพื้นที่นี้แด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2538 ซึ่งพระองค์ท่านทรงรับไว้เพื่อใช้เป็นพื้นที่ดำเนินงานในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกระทรวงมหาดไทยได้อนุมัติให้ใช้ที่ดินได้ตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชฯ ได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเข้าไปทำการสำรวจ และวิจัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ร่วมสนองพระราชดำริ โดยมอบหมายให้คณะวิชาต่าง ๆ ร่วมดำเนินการจำนวน 5 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ รับผิดชอบในการสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพทั้งพืช สัตว์ จุลินทรีย์ และความหลากหลายทางพันธุกรรม คณะเกษตรศาสตร์ รับผิดชอบในการดำเนินการวิจัยเพื่อนำความหลากหลายทางชีวภาพเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ โดยเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาให้เกิดผลในทางเศรษฐกิจต่อชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ ดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาชนิดพืชที่มีสารออกฤทธิ์ทางยาเช่น สารต้านออกซิเดชัน และต้านการก่อกลายพันธุ์ เป็นต้น และผลิตเภสัชภัณฑ์ต่าง ๆ จากพืชในพื้นที่ คณะศึกษาศาสตร์รับผิดชอบในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรบูรณาการการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติโดยใช้พื้นที่โคกภูตากาเป็นแหล่งเรียนรู้ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวชุมชน และคณะศิลปกรรมศาสตร์ ดำเนินการพัฒนามลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2562)

จากแนวทางที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในพื้นที่โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ โคกภูตากา จังหวัดขอนแก่น โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้เกิดรายได้ในชุมชนเกิดขึ้น ปัจจุบันกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มเกษตรกรหลายแห่งยังมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ความต้องการด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และเรียนรู้กระแสความนิยมให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายสู่ตลาด, ความต้องการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์, การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เดิมโดยใช้พื้นฐานต้นทุนทางด้านทักษะฝีมือและวัตถุดิบที่มีอยู่ การแก้ปัญหาทางด้านคุณภาพของวัสดุ และการลดผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้วัตถุดิบที่ทำอันตรายต่อผู้ผลิต การใช้แรงบันดาลใจหรือแนวความคิดทางการออกแบบเพื่อสร้างเรื่องราวให้แก่ผลิตภัณฑ์ สามารถใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ได้ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่ต่อเนื่องไปถึงผู้บริโภคหรือ Green design โดยเฉพาะการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญในการนำมาเป็นอัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากความคิด ความรู้ความสามารถและทักษะ เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านที่ได้ถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่า (Value Creation)

ให้กับสินค้าได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) โดยหลักการสร้างสรรค์ (Creativity) มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 อย่างคือ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ 2) ความเป็นสิ่งแรก (Originality) 3) คือ การมีความหมาย (Meaning) (อรพินท์ บุญสิน, 2557) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น และการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและมีรูปแบบตรงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพของกลุ่มอาชีพกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาชีพและกลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำประสบการณ์และความรู้ กระบวนการวิธีที่ได้รับการแนะนำไปปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไปได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

เลือกโดยวิธีเจาะจง โดยเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการพัฒนาและการผลิตเป็นตัวกำหนด โดยกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มทอเสื่อกก

บ้านหินร่อง อำเภอยะรัง จังหวัดขอนแก่น ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ปฏิบัติได้แก่ กลุ่มทอเสื่อกบ้านหินร่อง และผู้เกี่ยวข้องได้แก่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสำรวจ ใช้เพื่อสำรวจด้านนิเวศวิทยา ด้านภูมิศาสตร์ กายภาพ สังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิต และด้านการเข้าถึงข้อมูลการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสมกับโครงการ

2.2 ใช้แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) คือ ใช้สังเกตสภาพสิ่งแวดล้อม กระบวนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการบันทึกภาพ บันทึกเสียง การจดบันทึก

2.3 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เป็นทางการ เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและวิเคราะห์ ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล บริบททั่วไปในพื้นที่ ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของผู้ประกอบการแนวทางการพัฒนา สัมภาษณ์ ผู้รู้ทั้งในส่วนราชการ ผู้นำชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.4 แบบสอบถาม เพื่อประเมินผลของผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีลำดับการเก็บข้อมูลได้แก่ การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non -Participant Observation)

การแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม เพื่อประเมินผลของผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวเคราะห์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดด้วย ทฤษฎี เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.1 การจัดทำภาพจำลองผลิตภัณฑ์เบื้องต้น โดยข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบเบื้องต้นได้นำข้อมูลจากการศึกษาวเคราะห์องค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจ จากการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5.2 ถ่ายทอดแนวคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตลาดเดียวกัน

5.3 ดำเนินการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการร่วมกันพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์

5.4 การจัดทำสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ จากผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นโดยนำเสนอข้อมูลกระบวนการออกแบบ การคัดเลือกเลือกแนวความคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



6. การนำเสนอผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่า พัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ใช้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รวมทั้งการนำเสนอด้วย ตารางและภาพถ่ายและผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อเสนอแนะแต่ละ ผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขต โคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้าน หินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ผล การศึกษาดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบล เมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

1.1 ชื่อที่ตั้งและการติดต่อ สถานประกอบการ

กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง เลขที่ 11 หมู่ที่ 9 บ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 40150 (อัชฉลา วัฒนวงศ์ศรี, 2562)



ภาพที่ 1 สถานที่ตั้งกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 2 นางอชฉลา วัฒนวงศ์ศิริ ประธานกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

1.2 รูปแบบสินค้า วัตถุประสงค์ และกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอยะรัง จังหวัดขอนแก่น เป็นเสื่อกกย้อมสีเคมี มีสีสันทันที่หลากหลายนสวยงาม โดยในปัจจุบันกลุ่มผลิตเสื่อผืน หมอน กล่องทึซซู กระเป๋า ที่รองจาน แผ่นปูโต๊ะ เป็นต้น

- วัตถุประสงค์ : ผลิตจากสมุนไพรในพื้นที่ 100%
- แรงงาน : เป็นแรงงานในชุมชน 100%
- กระบวนการผลิต : เกิดขึ้นในชุมชนตลอดการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่ นำกกมาตาก ย้อมสี และทอเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนการส่งจำหน่ายไปยังหน้าร้านต่าง ๆ ที่ฝากจำหน่ายด้วย
- แหล่งจำหน่าย : ฝากจำหน่ายร้านของฝากทั้งของอำเภอยะรัง และศูนย์ OTOP ในจังหวัด รวมถึงการออกร้านในงานเทศกาลในจังหวัด และศูนย์แสดงสินค้าชั้นนำ



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์เสื่อกกและป้ายสินค้าก่อนพัฒนาของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง

1.3 กลุ่มเป้าหมาย/ ช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มลูกค้าหลัก : วัยผู้ใหญ่วัยทำงานที่ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมคือปู่สือ ตลอดจนการนำสือไปตกแต่งในบ้านพักอาศัย ช่วงวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณ อายุประมาณ 40-60 ปี ที่ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

- กลุ่มลูกค้ารอง : กลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังในการซื้อ อายุประมาณ 30-40 ปี ที่ชอบสินค้าพื้นถิ่นและซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญญาติผู้ใหญ่ มอบให้เจ้านายในวันสำคัญต่าง ๆ

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการขยายไปในอนาคต : กลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานตอนต้นที่ชอบสินค้าทันสมัย และชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นผสมผสานกับความทันสมัย อายุ 20-30 ปี มีกำลังในการซื้อ ชอบความสะดวกสบายและความทันสมัยแต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น

1.4 การวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT analysis



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT analysis

1.5 โจทย์และประเด็นปัญหา

การให้คำปรึกษาในประเด็นปัญหาและความต้องการของกลุ่ม คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง แต่เดิมนั้นเสื้อผืนมีสีสันทสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกลุ่มคนวัยต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื่อเพื่อนั่ง แต่นำเสื่อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง กรอบรูป กระเป๋า เป็นต้น กลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มีมาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน สร้างการจดจำโดยการนำเอาอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาเป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้ เพื่อก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้าประจำ

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องข้างต้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ประเด็นปัญหเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

2.1 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องนั้นเริ่มต้นจากการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตและจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน ได้แก่ กล่องทิชชู ชุดรองจาน และหมอนตกแต่งบ้านรูปทรงต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องซื้อใหม่เมื่อขึ้นเดิมาชำรุด หรือเก่าแล้วเท่านั้น ทำให้การตัดสินใจซื้อชิ้นใหม่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นไม่บ่อยมากนัก และเกิดขึ้นในกลุ่มแม่บ้าน และครอบครัววัยกลางคนเท่านั้น ดังนั้นหากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มียอดขายเพิ่มขึ้นและเพิ่มมูลค่าจึงจำเป็นต้องปรับประเภทของผลิตภัณฑ์ให้ซื้อได้บ่อย ๆ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์แพชั่น และปรับเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากวัยกลางคน ให้เป็นวัยรุ่น วัยทำงานที่ตามกระแสแฟชั่น และเปื่อง่าย ต้องแต่งตัวออกจากบ้านไปทำงาน พบปะผู้คนทุกวัน

พร้อมที่จะเสียเงินไปกับสินค้าที่มีความเฉพาะ แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร จึงเกิดเป็นแนวความคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื่อกกให้ทันสมัย ตอบโจทย์วัยทำงาน สร้างความแปลกใหม่ด้วยลวดลาย เรียบง่ายด้วยรูปทรง มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นแต่ไม่ดูโบราณ อีกทั้งการสร้างแบรนด์ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กลุ่มเป็นที่น่าจดจำ และลูกค้าจำได้ ทำให้มีกลุ่มลูกค้าประจำที่มาเที่ยวใน อำเภอเวียงเก่าแล้วต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกที่ทันสมัยแต่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และผลิตจากวัสดุธรรมชาติ

2.2 กระบวนการแนวทางและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเน้นหนักไปทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเดิมที่เป็นเสื่อผืนมีการออกแบบและแปรรูปเป็นสินค้าที่ซื้อได้บ่อยขึ้นนอกจากประเภทของใช้ ของตกแต่งบ้าน และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการใช้งาน สวยงามโดดเด่นน่าเชื่อถือให้เป็นที่รู้จักและจดจำ เน้นการเลือกคู่สีให้สินค้าดูดีมีความเป็นพื้นถิ่นและธรรมชาติเป็นแนวคิดในการออกแบบที่ร่วมปรึกษากับสมาชิกในกลุ่ม

2.3 เป้าหมายหรือผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาภาพลักษณ์ให้ลูกค้ารู้จักและจดจำได้ จากเดิมที่กลุ่มเป้าหมายหลักคือ วัยผู้ใหญ่วัยทำงานที่ชอบผลิตภัณฑ์มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมคือการปูเสื่อ ตลอดจนการนำเสื่อไปตกแต่งในบ้านพักอาศัย ช่วงวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณ อายุประมาณ 40-60 ปี ที่ซื้อเพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวัน ขยายไปถึงกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานตอนต้นที่ชอบสินค้าทันสมัยมีเอกลักษณ์ และชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นผสมผสานกับความทันสมัย อายุ 20-30 ปี มีกำลังในการซื้อ ชอบความโดดเด่นและความทันสมัย แต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นไทย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายในการใช้งาน และโดดเด่นในกลุ่มสินค้าประเภทเสื่อกกที่มีจำนวนมากในท้องตลาดในปัจจุบัน

2.4 กรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 1 : กรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ที่	โจทย์/ประเด็นปัญหา	กระบวนการ/แนวทาง/ วิธีการสร้างผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย/ผลลัพธ์ ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
1	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบการแปรรูป ปู่เทคนิคการแปรรูปให้มีความทันสมัยและเพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น	การนำผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตลงพื้นที่ทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มรูปแบบต่าง ๆ แล้วนำผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	สินค้าที่มีความทันสมัยตอบโจทย์กับความต้องการของลูกค้าเพื่อการขยาย
2	ขาดบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์เลือก	นำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา และกำหนดทิศทางการออกแบบ ขนาดบรรจุภัณฑ์จนได้เป็นภาพลักษณ์และลักษณะที่ต้องการนำเสนอ เพื่อไปผลิตใช้ต่อไป	บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามของเลือกแปรรูป



ภาพที่ 5 กรณีศึกษาการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อที่เรียบง่ายและเป็นที่นิยมในตลาด

2.5 กระบวนการออกแบบและพัฒนา

2.5.1 Story of Product

ผลิตภัณฑ์จากเสื้อก ภายใต้แบรนด์ เวียงไพร ผลิตโดยกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ที่สืบทอดภูมิปัญญาในการ

ทอเลื่อจากฐานสู่รุ่น เสื่อลวดลายโบราณจากดินแดนไดโนเสาร์ล้านปี พัฒนาสู่ลวดลายที่เรียบหรู เข้ากับทุกโอกาสการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม การออกแบบลวดลายที่ตัดทอนลดความเป็นไทยแบบดั้งเดิมเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่มีความทันสมัย เน้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถซื้อได้บ่อย เช่นกระเป๋าใบหลัก และกระเป๋าจำลอง รวมไปถึงสามารถเป็นของใช้และเป็นของฝากได้ในชิ้นเดียวกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดโอกาสในการจำหน่ายได้บ่อยครั้งขึ้น

2.5.2 ภาพร่างการออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6 ภาพร่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น

รายละเอียดการพัฒนาตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เวียงไพร มาจากอำเภอเวียงเก่าและไพรมาจากป่าเขาบริเวณอันอุดมสมบูรณ์ของหมู่บ้าน มาผสมผสานกันจนได้เป็นตราสินค้า “เวียงไพร” เน้นสีเขียวไพรเป็นหลักเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของดินแดนแห่งภูเขาที่มีซากไดโนเสาร์ล้านปี ในการพัฒนาแบบผู้ออกแบบได้ปรับรูปแบบตัวอักษรให้มีความน่าเชื่อถือและมีรูปแบบที่สอดคล้องกับตัวไดโนเสาร์ให้มากขึ้น ส่งผลมาถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยังคงใช้โทนสีเขียวในการออกแบบและเน้นถุงผ้าสกรีน 2 สี ถุงผ้าเนื้อสปันบอนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมใน

ขณะนี้ ประกอบกับป้ายสินค้าที่เน้นโทนสีของแบรนด์และได้ตัดเป็นรูปใบไม้เพิ่มเอกลักษณ์และจุดจดจำให้กับแบรนด์

2.5.3 ภาพร่างการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง ซึ่งจากเดิมนั้นเสื้อผ้ามียีสันสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกลุ่มคนวัยต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื้อเพื่อนั่ง แต่นำเสื้อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง และกล่องใส่ของอเนกประสงค์ ซึ่งสินค้าประเภทนี้มีการซื้อบ่อยกว่าเสื้อผืนที่ใช้ปูรองนั่ง เพราะถ้าไม่ซื้ารุดก็จะไม่ซื้อใหม่ทำให้จำหน่ายได้ยากกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มีมาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันโดยที่ปรึกษาเสนอไว้สองแนวทางคือ กระเป๋าขนาดกลางสำหรับสุภาพสตรี ที่ผสมผสานผ้าฝ้ายผ้าพันถิ่นใน อ.เวียงเก่า และสมุดบันทึก ที่ปกใช้เสื้อกเย็บให้เข้าชุดกับกระเป๋าทำงาน โดยการทอเสื้อกมีการคุมโทนสีเป็นสีกลุ่มเดียวกันหรือสี Mono Tone และการไล่ระดับความเข้มของสีเพื่อให้เกิดมิติ และลวดลายรูปแบบใหม่คล้ายกับการมัดย้อมผ้าพัฒนาเกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากกกสำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่รักธรรมชาติ ความเป็นไทย แต่ต้องการความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร



ภาพที่ 7 ร่างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสื้อกให้มีความทันสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 8 ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

2.6.1 ตราสินค้า

แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai มาจากชื่ออำเภอเวียงเก่า และคำว่าไพรมาจากพืชพรรณป่าเขาบริเวณอันอุดมสมบูรณ์ของหมู่บ้านมาผสมผสานกัน โดยสีที่ใช้คือสีเขียวเข้มสื่อถึงป่าเขาและสีน้ำตาลสื่อถึงดินโนเสาร์และดินอันอุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 9 ตราสินค้าแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6.2 Brand Story



ภาพที่ 10 ภาพที่แสดงถึงเรื่องราวของแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

เวียงไพร กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ที่สืบทอดภูมิปัญญาในการทอเสื่อกกจากรุ่นสู่รุ่น เสื่อลวดลายโบราณจากดินแดน ไคโนเสาร์ล้านปี ที่ผลิตแบบดั้งเดิมงานฝีมือประณีต จากการรวมตัวกันของกลุ่มแม่บ้านที่ต้องการอนุรักษ์การทอเสื่อแบบดั้งเดิมเอาไว้ ผสมผสานกับวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ของ อ.เวียงเก่า ผลิตสินค้าที่หลากหลาย มีความเรียบง่าย เข้าได้กับลูกค้าหลายบุคลิก ไม่ดูโบราณมากเกินไป แต่ยังคงกลิ่นอายบางส่วนที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่นการย้อมสี ขนาดของเส้นกก และลวดลายบางส่วน

2.6.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลายบรรจุภัณฑ์จึงเป็นป้ายสินค้าที่สามารถติดไปกับผลิตภัณฑ์หลากหลายขนาดและรูปแบบ เป็นป้ายกระดาษกราฟแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความเป็นพื้นถิ่น ใช้เชือกปอเพื่อให้เข้ากับผลิตภัณฑ์จากกกซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติ



ภาพที่ 11 บรรจุภัณฑ์ประเภทป้ายสินค้าของแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6.4 ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก



ภาพที่ 12 ภาพผลิตภัณฑ์จากกกสำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่รักธรรมชาติ
มีความเป็นไทย แต่ต้องการความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น
ในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น กรณี

ศึกษากลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง แต่เดิมนั้นเสื้อผืนมีสีสันทนสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน กลุ่มคนวัยต่าง ๆ ร่วมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื้อเพื่อนั่ง แต่ นำเสื้อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง กรอบรูป กระเป๋า เป็นต้น กลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มี มาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน สร้างการจดจำ โดยการนำเอาอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาเป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้ เพื่อก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้าประจำ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผลการออกแบบพบว่า จากข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยภูมิปัญญาที่ชุมชนมีอยู่มาพัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน โดยเน้นการสร้างตราสินค้าหรือแบรนด์ ของสินค้าเพื่อสร้างความจำจดให้กับลูกค้าเป็นประเด็นหลัก การเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยอาศัยประวัติความเป็นมาของบุคคล ชุมชน เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างตราสินค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่คำนึงถึงการใช้งานและราคาต้นทุนการผลิตที่ไม่แพง และไม่ทำให้กำไรของยอดการจำหน่ายลดลง เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มใช้งาน สะดวกและไม่ลงทุนเพิ่มขึ้นมากเกินไป และการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความแปลกใหม่ จากที่เคยมีอยู่

ดังนั้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นใน

เขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่นจึงเป็นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่มตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในเขตโคกภูตากา

อภิปรายผล

จากผลของการศึกษาข้อมูลและความต้องการของผู้ประกอบการที่พบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่วิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวัตถุดิบในพื้นที่เป็นส่วน โดยใช้แรงงานหรือสมาชิกในหมู่บ้านมีตลาดการผลิตในชุมชน และจำหน่ายภายในกลุ่มหรืองานเทศกาลในชุมชน และร้านของฝาก ณ อุทยานไดโนเสาร์ ที่อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น พบปัญหา คือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเปลือกของกล้วยยังมีรูปแบบที่ไม่ทันสมัยทั้งลวดลายและสี รูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นของใช้ เช่น กล่องใส่ทิชชู หมอนขนาดต่าง ๆ เสื้อผ้า และชุดรองจาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่น ๆ ในระดับตลาดเดียวกัน คือตลาดประเภทสินค้าพื้นถิ่นชุมชน และปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญคือยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง ทำให้ลูกค้าไม่เกิดการจดจำและยังคงไม่น่าเชื่อถือจึงเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ซึ่งสอดคล้องกับ อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546) ที่กล่าวว่าอัตลักษณ์สามารถสร้างเป็นภาพที่ชัดเจนเป็นต้นแบบได้โดยเลือกเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัดเป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนเพื่อให้อัตลักษณ์นั้นมีความโดดเด่นและเข้าใจง่าย เช่นการออกแบบตราสินค้าที่

นำรูปไดโนเสาร์สายพันธุ์ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน ที่ขุดค้นพบ ณ อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มาดัดทอดให้เรียบง่ายสื่อถึงเอกลักษณ์ของอำเภอเวียงเก่า เป็นที่จดจำบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง จึงเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและสวยงามขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่องให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์วันทำงาน ขยายตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรพินท์ บุญสิน (2557) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าโดยอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญคือ ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือ ความเฉพาะตัวของความคิดนั้น ๆ ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใครแตกต่าง ความเป็นสิ่งแรก (Originality) หรือสิ่งซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่มีเป็นสิ่งแรกๆ ที่สร้างขึ้นมา และการมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรคที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบเพื่อส่งเสริมทางด้านการตลาดและการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มอื่นหรือในพื้นที่อื่นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาให้ขยายตลาดการจำหน่ายได้กว้างขึ้นหรือเพิ่มตลาดในประเทศ

2. ควรนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังขาดศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะในพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

บรรณานุกรม

ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

(2562). โครงการ อพ.สธ.- มข. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562, จาก

https://ccrip.sc.kku.ac.th/?page_id=770.

หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, เว็บไซต์. (2562). ข้อมูลจังหวัดขอนแก่น. สืบค้นเมื่อ

14 มีนาคม 2562, จาก <https://www.kkcc.or.th/khonkaen-information>.

อัชฉลา วัฒนวงษ์ศิริ. (2562, 6 กันยายน). ประธานกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง
สำภาษณ์.

อรพินท์ บุญสิน. (2557). “แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม.”
วารสารการจัดการ, 3(3), 22-31.

อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

การออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น
ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
Cocoon Soap Product Design Ban Klang Muen Community
Enterprise Group Subdistrict, Mueang District, Kalasin Province

สุรยุทธ์ นาคโดด¹, ภาณุพงศ์ ธนะโคตร²,
พรสวรรค์ นนทะภา³ และ อภิชาติ เอี่ยมวิจารณ์⁴
Surayut Nakdod¹ Panuphong Tanakhote²
Pornsawan Nonthapha³ and Apichat Iamvijan⁴

Received: November 06, 2022

Revised: December 30, 2022

Accepted December 30, 2022

¹สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Fine and Applied Arts Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University (Email: surayut4342@gmail.com)

²สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Fine and Applied Arts Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University (Email: 08143969xx@gmail.com)

³สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Fine and Applied Arts Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University (Email: p.moodspace@gmail.com)

⁴สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Fine and Applied Arts Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University (Email: tukbiyok@gmail.com)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านกลางหมื่นตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนาม ด้วยแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ พบว่า

ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น เกิดจากการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อการดำรงชีวิตและใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมแบบดั้งเดิม รูปแบบผลิตภัณฑ์สบู่เป็นแบบก้อน มีเพียง 2 สูตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมน้ำผึ้ง และผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมขมิ้น ส่วนบรรจุภัณฑ์ใช้เพียงฟิล์มถนอมอาหาร และฉลากแบบสติ๊กเกอร์ กรรมวิธีการขึ้นรูปก่อนใช้การหลอมเทรูปทรงของสบู่มี 2 ลักษณะ คือ สี่เหลี่ยมจัตุรัส และรูปทรงดอกไม้ ซึ่งยังไม่เป็นที่สนใจของตลาดเท่าที่ควร โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาถึงกลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีกำลังในการซื้อ และซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากในโอกาสสำคัญต่าง ๆ

ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ด้วยการนำลวดลายของสมุนไพรจากภูมิปัญญาของชาวบ้านในการนำส่วนผสมของสบู่เพื่อประพินผิวมาเป็นแนวคิดในการออกแบบ ส่วนกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบ

ด้วยส่วนผสมสมุนไพรในสบู่ 4 ชนิด ได้แก่ ขมิ้น น้ำผึ้ง ว่านหางจระเข้ และ ลูกหม่อน เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยการออกแบบโลโก้สบู่รังไหม และออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และออกแบบลวดลายให้ดึงดูดความสนใจ โดยมีการนำภูมิปัญญามานำเสนอผ่านรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน 2) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว 3) ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมสำหรับพกพา

คำสำคัญ: การออกแบบผลิตภัณฑ์, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น, ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม

Abstract

The objectives of cocoon soap product design of Klang Muen Village Community Enterprise were 1) to study problems and analyze needs of products, and packaging of cocoon soap of Klang Muen Village, Muang district, Kalasin and 2) to design the products and packaging of cocoon soaps of Klang Muen Village Community Enterprise, Klang Muen village, Klang Muen, Muang district, Kalasin. The study was qualitative research. The instruments used in this study were studying documents and field trip survey with observation sheet and interview. The data were analyzed and presented based on the descriptive research.

The finding revealed that, the product was designed based on local wisdom which produced the product for daily lives of villagers. Therefore, the main product was a bar soap. In addition, there were only 2 formulars of bar soap: cocoon soap with honey

and cocoon soap with turmeric. Moreover, the packaging was food wrap film labelled with sticker. There were two shapes of the bar soap-rectangle and flower-which were not interesting. The target orders were students, working ages and elderly who had enough income and they bought the soap as a souvenir on special days.

In order to design various products of soap, the concept of product design of cocoon soap of Klang Muen Village Community Enterprise was to design the pattern based on the herbs that were mix in the soaps. The four formulars of soaps were cocoon soap with turmeric, cocoon soap with honey, cocoon soap with aloe vera and cocoon soap with mulberry. According to the packaging design, logo of cocoon soap and the attractive packaging were designed.

The materials that were suitable for the formular of the products were used. In addition, the attractive patterns were designed. Local wisdom was shown in a form of beautiful graphic design for three packaging of three types of soaps: cocoon bar soap, cocoon liquid soap and cocoon flake soap.

Keywords: Product design, Klang Muen Village Community Enterprise, cocoon soap

บทนำ

บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกใกล้กับอำเภอสหัสขันธ์ ถือเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ภูมิอากาศร้อนชื้น มีแหล่งน้ำชลประทานและด้านภูมิประเทศที่ดี ทำให้มีสภาพดินที่ดีส่งผลให้บ้านกลางหมื่นมีอาชีพเกษตรเป็นหลัก เวลาว่างเว้นจากการ

ทำการเกษตรก็จะใช้เวลาว่างในการทำผลิตภัณฑ์ขึ้นมา โดยใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่หาได้ตามท้องถิ่น และเลี้ยงหมอนไหมนำไหม มาทอผ้าใช้กันในครัวเรือน ต่อมาทางกรมพัฒนาชุมชนได้มีโครงการยกระดับไหมและหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล สุ่มนครหม่อนไหมก้าวสู่สากล จึงมีการรวมกลุ่มเพื่อรวบรวมผลิตภัณฑ์ในหมู่บ้าน นำโดยคุณแม่สมหมาย พัดบุรมณ์ หัวหน้ากลุ่ม ได้ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้ภูมิปัญญา โดยใช้วัสดุหรือวัตถุดิบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น กระบวนการผลิตผ้าไหมของชาวชุมชนเริ่มตั้งแต่การเลี้ยงไหมปลูกหม่อน จนถึงกระบวนการทอในกระบวนการผลิตนั้น รังไหมกลายเป็นของเหลือทิ้งซึ่งแต่เดิมไม่ได้ใช้ประโยชน์อะไร จนกระทั่งมีผู้นำส่วนผสมจากรังไหมมาผลิตเครื่องสำอาง เนื่องจากในเส้นใยไหมที่นำมาใช้ผลิตสปูรังไหมนั้นพบว่า มีโปรตีนเป็นองค์ประกอบหลักสองชนิด คือไฟโบรอินและเซอรีซิน โดยไฟโบรอินเป็นโปรตีนที่เป็นองค์ประกอบหลักในรังไหม ในขณะที่เซอรีซินเป็นโปรตีนการที่ห่อหุ้มมัดโปรตีนไฟโบรอินเข้าด้วยกันและช่วยในการรักษาโครงสร้างของรังไหม ปัจจุบันมีความสนใจในการศึกษานำโปรตีนเซอรีซินไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เป็นต้น (กนกพร พลเยี่ยม และ สีนินาฏ ศิริ, 2556) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านกลางหมื่นมีความสนใจที่จะทำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากกระบวนการผลิตผ้าไหมเพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน สปูรังไหมจึงเป็นทางเลือกที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านกลางหมื่นได้นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

โดยปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นได้ผลิตสปูรังไหมในครัวเรือนซึ่งใช้พิมพ์รูปทรงทั่วไปและทำการบรรจุกันเองอย่างเรียบง่าย มีการจำหน่ายกันเองจึงมีกลุ่มลูกค้ารู้จักเป็นจำนวนน้อย ส่วนมากเป็นคนในหมู่บ้านใกล้เคียงหรือคนรู้จัก ดังนั้นทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น จึงต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์สปูรังไหมให้เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ให้เป็นที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจ

ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่อิงใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่อิงใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่อิงใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยใช้สำหรับการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย เลือกโดยวิธีเจาะจง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น 10 คน 3) กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่อิงใหม่ 10 คน รวมทั้งสิ้น 23 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสำรวจ ใช้เพื่อสำรวจภายในชุมชน สังคม และ วัฒนธรรม ในหมู่บ้านกลางหมื่นตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

2.2 แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) คือ ใช้สังเกตการดำเนินการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านกลางหมื่น ด้วยวิธีการบันทึกภาพ บันทึกเสียง การจดบันทึก

2.3 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ปัญหา ความต้องการ และ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่อิงใหม่ สัมภาษณ์ ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ



และผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลเผยแพร่ผ่านสังคมออนไลน์ เป็นต้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการลงพื้นที่ภาคสนาม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสาร มาจัดเรียงลำดับตามความสำคัญของเนื้อหา

4.2 นำข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนามการสัมภาษณ์ สังเกต และแบบสำรวจ มาจัดเรียงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

4.3 ถอดข้อมูลจากการบันทึกเสียง และบันทึกภาพ ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.4 นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบมาปรับปรุง วิเคราะห์และเรียบเรียงเนื้อหาให้ถูกต้องอย่างเป็นระบบ

5. การนำเสนอผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย นำเสนอด้วยตาราง และภาพถ่ายผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

1. ศึกษาปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่อร่าใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น

1.1 ปัญหาและความต้องการ

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด

ทั้งบุทตัวแทนจำหน่ายสินค้าเครื่องสำอาง บุทแบรนด์เครื่องสำอาง และเว็บไซต์จำหน่ายเครื่องสำอางประเภทสบู่ ซึ่งแต่ละแบรนด์สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีเอกลักษณ์ น่าดึงดูดใจ และรู้สึกปลอดภัยต่อการใช้ ซึ่งผลิตภัณฑ์สบู่หลาย ๆ แบรนด์ต่างก็ทำผลิตภัณฑ์สบู่ออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ส่วนผสมที่สำคัญต่อการบำรุงหรือรักษาผิวหน้า ลูกเล่นการตีฟองนุ่มฟูเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินในการใช้ผลิตภัณฑ์ ความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ เรื่องราวของส่วนผสม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคให้มีตัวเลือกในการซื้อมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์สบู่ล้างหน้าที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดนั้นมีรูปแบบที่หลากหลายทั้งในด้านลักษณะของเนื้อสบู่ สี คุณประโยชน์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ซึ่งทำให้เป็นทางเลือกที่ น่าสนใจในการเลือกซื้อของกลุ่มผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางประเภทสบู่ได้อย่างมาก ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น เพื่อนำมาออกแบบพัฒนาให้เกิดความน่าสนใจขึ้น เพื่อให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าและทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม วิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ถึงภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ และความปลอดภัย เช่น มีส่วนผสมที่สำคัญต่อการบำรุงหรือรักษาผิวหน้าจากธรรมชาติ ความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นเกิดจากการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อการดำรงชีวิตและใช้สอยในชีวิตประจำวัน จำแนกได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

1.2 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมแบบดั้งเดิม

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น แบบดั้งเดิมรูปแบบผลิตภัณฑ์สบู่กลีเซอรินแบบก้อนของผลิตภัณฑ์ มีเพียง 2 สูตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมน้ำผึ้ง และผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมขมิ้น ส่วนผสมเป็นกลีเซอรินก้อนใสสกัดจากรังไหม สารสกัดสีที่ได้มาจากน้ำผึ้งและขมิ้น บรรจุภัณฑ์ใช้เพียงฟิล์มถนอมอาหาร และฉลากแบบสติ๊กเกอร์ กรรมวิธีการขึ้นรูปก้อนใช้การหลอมเทรูปทรงของสบู่มี 2 ลักษณะ คือ สี่เหลี่ยมจัตุรัส และรูปทรงดอกไม้



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมสบู่รังไหมบ้านกลางหมื่น

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาถึงกลุ่มวัยทำงาน ช่วงอายุ 23-39 ปี ชื้อเพื่อนำไปใช้เอง และกลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ได้แก่ กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีกำลังในการซื้อ อายุประมาณ 30-60 ปี ที่ชอบซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากในวาระสำคัญ

2. ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

2.1 แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สู่รูปร่างใหม่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นจากการรวบรวมข้อมูลและกระบวนการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สู่รูปร่างหน้าที่มีวางขายตามท้องตลาดและสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สู่รูปร่างใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น โดยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยลวดลายของสมุนไพรจากการใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในหมู่บ้านในการใช้เพื่อเป็นยารักษาโรคและและผสมในส่วนผสมของสบู่เพื่อประพินผิวจึงนำสมุนไพรจากภูมิปัญญาเหล่านี้มาประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักการการออกแบบช่วยให้ผลิตภัณฑ์สู่รูปร่างใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นเพื่อสร้างความน่าสนใจและสื่อถึงส่วนผสมที่มีคุณประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ อยู่ภายใน 3 แบบ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน 2) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว 3) ผลิตภัณฑ์สบู่รูปร่างใหม่สำหรับพกพา

2.2 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

2.2.1 ส่วนผสมสมุนไพรในสบู่

ด้านชนิดของผลิตภัณฑ์สู่รูปร่างใหม่ ผู้วิจัยพัฒนาให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้นโดยใช้แนวความคิดการประพินผิว โดยเลือกการผสมผสานสมุนไพรในท้องถิ่นบ้านนาหมื่น ซึ่งประกอบ สมุนไพร 4 ชนิด ได้แก่ ขมิ้น น้ำผึ้ง ว่านหางจระเข้ และลูกหม่อน (มัลเบอร์รี่))

2.2.2 การออกแบบโลโก้สู่รูปร่างใหม่

โลโก้ผลิตภัณฑ์สู่รูปร่างใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น ได้รวมคำว่า cocoon ที่หมายถึงรังไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำสบู่ของกลุ่มวิสาหกิจและคำว่า clean ซึ่งหมายความว่าทำความสะอาด ผสานกันจึงได้คำว่า coclean ซึ่งหมายถึงการทำความสะอาดจากรังไหม จึงได้ทำการนำรังไหมมาใช้แทนตัวอักษรสัญลักษณ์วิบวับแสดงถึงความคลีน สะอาด และผิเสื้อไหมที่เลี้ยงไว้เพื่อการผลิตไหมฟอนต์ที่เลือกให้ความรู้สึกทางการ เรียบหรูหร่า สะอาด

รูปร่างลักษณะตัวอักษรเป็นเส้นหรือขีดเล็ก ๆ ที่มักติดอยู่กับปลายของเส้นที่ใหญ่กว่าในอักษรหรือสัญลักษณ์ หรือเราสามารถเรียกอีกชื่อว่า ฟอนต์โรมัน สีที่นำมาใช้คือสีทอง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงความมั่งคั่ง มั่งมี อบอุ่น เป็นมิตร ใช้ยกระดับให้แก่ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น และสีน้ำตาลเข้ม เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ หนักแน่น มั่นคง



ภาพที่ 2 การออกแบบโลโก้สบู่รังไหม และ
โลโก้ที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม

2.3. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม

2.3.1 ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบก้อน ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม ออกแบบรูปทรงว่าโค้งของรูปมือ เพื่อสะดวกในการจับ ออกแบบให้มีลวดลายแบรנדอยู่ในแม่พิมพ์เพื่อความสะดวก ไม่จำเป็นต้องเอาออกมาปั๊มอีก แม่พิมพ์เลือกใช้แม่พิมพ์เท วัสดุซิลิโคนเพื่อทนต่อความร้อนของการหลอมสบู่ได้ ผลิตภัณฑ์สบู่ใช้เทคนิคการหลอมเท วัตถุดิบได้ต้นแบบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น คือ กลีเซอรินและสารสกัดสมุนไพรเพียง 2 อย่าง ขนาด 3.5x6x2.5 cm. และมีการพัฒนารูปแบบให้มีความกระชับรัดลง



ภาพที่ 3 แบบร่างผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม

ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนรังไหม ออกแบบโดยใช้หลักการออกแบบโดยการเลือกขนาดที่กระทัดรัดพอดีสำหรับการจับถือ จากการศึกษาขนาดมาตรฐานที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดและด้านรูปทรงโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายในการจับถือเพื่อไม่ให้หลุดมือง่ายหรือการจับที่ลำบาก จึงได้ออกแบบโค้งเว้าเหมาะสมสำหรับการใช้งาน อีกทั้งรูปทรงยังส่งเสริมให้ตัวผลิตภัณฑ์ดูหรูหรามากยิ่งขึ้นจากการปรับเปลี่ยนความโค้งมนของขอบสบู่ มีการเลือกปริมาณของส่วนผสมสมุนไพรเพื่อให้ได้สีสันทที่สวยงาม ผสมกับการเพิ่มคุณค่าของแผ่นทองคำและผงทองที่ช่วยสนับสนุนให้ตัวผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4 แบบร่างและผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมก้อน

2.3.2 บรรจุภัณฑ์สปูรังไหมแบบก้อน

กล่องบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สปูรังไหม ใช้วัสดุกระดาษเคลือบไขห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ไว้เป็นชั้นแรกเพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากปัจจัยภายนอกและความชื้น บรรจุภัณฑ์กล่องใช้วัสดุ กระดาษอาร์ตมัน 100 แกรม รูปแบบกล่องเพิ่มลูกเล่นการเปิดใช้งานเหมือนการเปิดของขวัญหรือห่อผ้า เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ ลวดลายกราฟิกออกแบบโดยใช้หลักการจัดวางเน้นจุดสนใจไปที่ ชื่อผลิตภัณฑ์ โดยจัดวางให้เกิดความสมมาตรและดุลกลมกลืนกัน ตัวอักษรเป็นรูปแบบที่อ่านง่าย ชัดเจน รายละเอียดครบ บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สปูรังไหมนี้ แสดงให้เห็นถึงรูปแบบความงามโดยการใช้หลักการออกแบบคือ มีการเลือกใช้วัสดุที่มีทนต่อตางและละอองน้ำได้เพื่อเป็นการป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภคไว้เป็นชั้นแรก และเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมแต่บรรจุภัณฑ์ยังออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจและบ่งบอกถึงข้อบ่งใช้ผลิตภัณฑ์โดยการใช้แนวคิดของการใช้สมุนไพรของคนในหมู่บ้าน ด้วยการหยิบวลายและสีสันทของสมุนไพรต่างๆเหล่านั้นมาออกแบบเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ด้วยการใช้องค์ประกอบมูลฐานการออกแบบในการจัดวาง ขนาด และสีของภาพและตัวอักษร



ภาพที่ 5 แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สปูรังไหม



ภาพที่ 6 แบบจำลองกล่องบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมพัฒนา

2.3.3 ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบเหลว

ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวล้างหน้า ได้พัฒนารูปแบบของสบู่รังไหมจากแบบก้อนให้อยู่ในรูปแบบของเหลว โดยใช้หลักการออกแบบโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ส่วนผสมที่นำมาใช้ จึงจะต้องอ่อนโยนต่อผิวหนังผู้ใช้ เนื้อสัมผัสของสบู่เหลวออกแบบโดยการสร้างเนื้อสบู่ไม่ให้เหลวเกินไป จึงเพิ่มสารที่ทำให้สบู่มีเนื้อเจลอ่อน ๆ ให้สัมผัสในการใช้มีความเนียน สลื่น โดยที่ไม่มีฟองเพื่อไม่ให้เกิดการระคายเคืองในการใช้ผลิตภัณฑ์ และออกแบบให้มีความน่าใช้ น่าสนใจด้วยการใส่ผงทองและแผ่นทองลงไป ทำให้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์มีความหรูหรามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 7 แบบร่างและผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบเหลว

2.3.4 บรรจุภัณฑ์สบู่วิ่งใหม่แบบเหลว

บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่เหลววิ่งใหม่ได้แสดงถึงความงาม โดยรูปแบบและขนาดจากการสังเกตศึกษาผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดโดยเลือกรูปแบบหลอดบีบ เพื่อสะดวกสบายในการใช้ของผู้บริโภคจากวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ปิดสนิทได้สามารถป้องกันตัวผลิตภัณฑ์จากละอองน้ำและความชื้นได้ อีกทั้งยังต้องน้ำหนักเบาแต่แข็งแรงทนทาน มีความทนต่อต่างอ่อน ๆ ได้ ซึ่งพลาสติก PE นั้นมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนอีกทั้งยังสามารถขึ้นรูปได้ง่ายและยังราคาถูก ในส่วนของฉลากใช้สติกเกอร์ PP ที่มีคุณสมบัติกันน้ำได้เช่นกัน ระบุรายละเอียด ข้อบ่งใช้ และข้อควรระวังอย่างชัดเจนด้วยขนาดตัวหนังสือที่เหมาะสม รูปทรงของฉลากนั้นออกแบบเลียนแบบรูปทรงของวิ่งใหม่ที่เป็นส่วนประกอบหลักในการทำสบู่ และยังลดปัญหารอย่นจากการแปะติดได้อีกด้วย



ภาพที่ 8 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่เหลววิ่งใหม่



ภาพที่ 9 จำลองแบบร่างปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวรังไหม

2.3.5 ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพา

ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพา เป็นการออกแบบสบู่เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายในการใช้งานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว หรือการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ แต่ไม่เอายากพาสบู่ล้างหน้าก่อนใหญ่เนื่องด้วยปัญหาเรื่องการเก็บรักษาและความสะดวกในการใช้งาน โดยการออกแบบโดยการทำให้ผลิตภัณฑ์สบู่มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้เพียงครั้งเดียว ไม่มีการนำกลับมาใช้ใหม่ต่อ 1 ชิ้น โดยการศึกษาขนาดของผลิตภัณฑ์สบู่แผ่นที่มีตามท้องตลาด และออกแบบให้สบู่มีฟองเล็กน้อยเพื่อความสนุกในการใช้ผลิตภัณฑ์ และยังเป็นการยึดผลิตภัณฑ์กับฝ่ามือขณะถูได้อีกด้วย ทางด้านรูปร่างออกแบบโดยออกแบบให้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพื่อง่ายต่อการตัด บี้มลายโลโก้เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 10 แบบร่างและผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพา

2.3.6 บรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพา

บรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพานั้น ได้ทำการศึกษาจากวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันตัวผลิตภัณฑ์จากละอองน้ำ ความชื้น และต้องน้ำหนักเบาแต่แข็งแรงทนทาน มีความทนต่อต่างอ่อน ๆ ได้ ซึ่งพลาสติก PET นั้นมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนอีกทั้งยังสามารถขึ้นรูปได้ง่ายและยังราคาถูก ในส่วนของฉลากใช้สติกเกอร์ที่มีคุณสมบัติกันน้ำได้เช่นกัน ระบุรายละเอียด ข้อบ่งใช้ และข้อควรระวังอย่างชัดเจนด้วยขนาดตัวหนังสือที่เหมาะสม ด้านขนาดศึกษาขนาดมาตรฐานที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดเพื่อให้การพกพา เช่นการพกพาใส่กระเป๋าเสื้อ หรือกางเกงได้สะดวกสบาย



ภาพที่ 11 แบบร่างและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมแบบพกพา



ภาพที่ 12 ผลงานผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมทั้ง 3 รูปแบบ

สรุปผล

ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น ซึ่งผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่นเกิดจากการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อการดำรงชีวิตและใช้สอยในชีวิตประจำวัน จำแนกได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมแบบดั้งเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านกลางหมื่น รูปแบบผลิตภัณฑ์สบู่กลีเซอรินแบบก้อนของผลิตภัณฑ์ มีเพียง 2 สูตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมน้ำผึ้ง และผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมผสมขมิ้น ส่วนผสมเป็นกลีเซอรินก้อนใสสกัดจากรังไหม สารสกัดสีที่ได้มาจากน้ำผึ้งและขมิ้น บรรจุภัณฑ์ใช้เพียงฟิล์มถนอมอาหาร และฉลากแบบสติ๊กเกอร์ กรรมวิธีการขึ้นรูปก้อนใช้การหลอมเทรูปทรงของสบู่มี 2 ลักษณะ คือ สีเหลี่ยมจัตุรัส และรูปทรงดอกไม้ ซึ่งยังไม่เป็นที่สนใจของตลาดเท่าที่ควร เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นจึงมีการเพิ่มสูตรผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมเพิ่มและออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหมใหม่ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาถึงกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีกำลังใน

การซื้อ ที่ขอซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากในโอกาสสำคัญต่าง ๆ

ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านกลางหมื่น มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยลวดลายของสมุนไพรจากการใช้ ภูมิปัญญาของชาวบ้านในหมู่บ้านในการใช้เพื่อเป็นยารักษาโรคและและผสมใน ส่วนผสมของสบู่เพื่อประทิณผิวจึงนำสมุนไพรจากภูมิปัญญาเหล่านี้มาประกอบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยส่วนผสมสมุนไพรในสบู่ การออกแบบโลโก้สบู่รังไหม เป็นการ ออกแบบโดยใช้ความรู้ทางด้านการออกแบบเพื่อปรับปรุงข้อบกพร่องของ ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมให้รูปแบบหลากหลาย ออกแบบให้มีเอกลักษณ์และใช้ วัตถุประสงค์ที่ปลอดภัยในการใช้งานเพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ และออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และ ออกแบบลวดลายให้ดึงดูดความสนใจโดยมีการนำภูมิปัญญามานำเสนอผ่านรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทั้ง 3 แบบได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน 2) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว 3) ผลิตภัณฑ์สบู่รัง ไหมสำหรับพกพา การผสมสมุนไพร 4 ชนิด ได้แก่ ขมิ้น น้ำผึ้ง ว่านหางจระเข้ และลูกหม่อน

อภิปรายผล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาหมื่น ต้องการพัฒนารูปแบบสบู่รังไหมขึ้นใหม่ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการการออกแบบเพื่อดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภค ใหม่ ๆ แต่ยังไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการและนำ ดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภคมากพอ สอดคล้องกับ วิลาสินี ศิริธร (2561) ที่ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาและลดต้นทุนกระบวนการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สบู่

สมุนไพรของกลุ่มชุมชนตำบลโคกสูง อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี พบว่าในการศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร เพื่อลดต้นทุนในกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นสูตรของกลุ่มชุมชนตำบลโคกสูง อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งก่อนที่ผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาพบปัญหาว่า การทำสบู่สมุนไพรทั้ง 6 สูตร ใช้พิมพ์สบู่สำเร็จรูปมาใช้ทำให้ได้สบู่สมุนไพรแบบทั่ว ๆ ไป รวมถึงกระบวนการผลิตที่ยังเกิดการสูญเสียในขั้นตอนการผลิตและยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ของสบู่สมุนไพรที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

การระบุรายละเอียด ข้อบ่งใช้สบู่รังไหมประทินผิวผสมสมุนไพรในแต่ละชนิด และข้อควรระวังอย่างชัดเจนด้วยขนาดตัวหนังสือที่เหมาะสมสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากขึ้น สอดคล้องกับ พรณิภา วิชัยพล (2564) ที่ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรไทยของผู้บริโภคในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีส่วนผสมสมุนไพรไทยควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้เกี่ยวกับสบู่แต่ละชนิดในผลิตภัณฑ์สบู่ และควรให้ความสำคัญกับการมีโฆษณา การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักบนสังคมออนไลน์

สำหรับสิ่งที่ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านกลางหมื่น ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ประโยชน์จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ได้ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมที่มีหลายสูตรเพิ่มมากขึ้น ด้วยการผสมสมุนไพร 4 ชนิด ได้แก่ ขมิ้น น้ำผึ้ง ว่านหางจระเข้ และลูกหม่อน สูตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังได้บรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 แบบ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน 2) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว 3) ผลิตภัณฑ์สบู่รังไหมสำหรับพกพา ซึ่งคาดหวังว่าจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สบู่รังไหม และสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมถึงการออกแบบเพื่อการตลาดในรูปแบบออนไลน์
2. ในการขึ้นรูปสบู่นิรูปแบบเกล็ดหรือรูปแบบอื่น ๆ ที่ใช้ความแตกต่างจากท้องตลาด ควรได้รับการร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. ในการวิจัยครั้งถัดไปควรใช้สรรพคุณที่มีคุณค่าของรังไหม สร้างผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เช่น แผ่นมาร์คิ่งใหม่ เซรั่มรังไหม เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนกพร พลเยี่ยม และ สีนินาฏ ศิริ. (2556). *การสกัดเซอรินจากรังไหม Bombyx mori and Samia cynthia ricini Extraction of Silk Sericins from Bombyx mori and Samia cynthia ricini*. รายงานการประชุมวิชาการการประชุมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4 (น. 106). หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- เขาวนิ แยมผิว และจันทนา แสนสุข. (2563). กลยุทธ์เศรษฐกิจของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการวิทยาลัยดพล*, 7(1), 39–48.
- พรณิกา วิชัยพล. (2564). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรไทยของผู้บริโภคในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(41), 281.
- วรรณิกา เกิดบาง. (2559). *การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านแอ้ จังหวัดสุพรรณบุรี*. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วิลาสินี ศิริธร. (2561). การพัฒนาและลดต้นทุนกระบวนการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรของกลุ่มชุมชนตำบลโคกสูง อำเภอลำดวน จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 128-1.

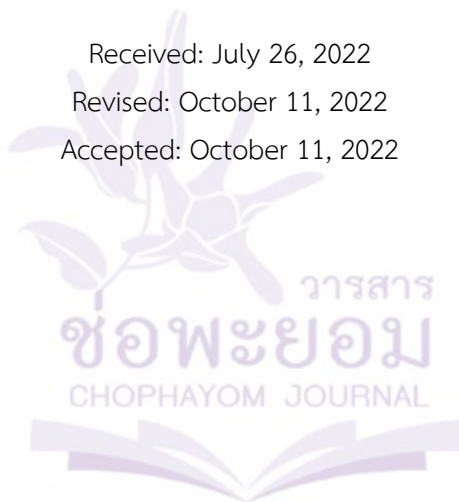
การวิเคราะห์สมุนไพรที่ปรากฏในเอกสารใบลาน
An Analysis of Thai Traditional Herbs in the Palm-Leaf
Manuscript

ณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์¹
Narongsak Rawarin¹

Received: July 26, 2022

Revised: October 11, 2022

Accepted: October 11, 2022



¹สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
The Research Institute of Northeastern Art and Culture,
Mahasarakham University
(Email: Narongsak.r@msu.ac.th)



บทคัดย่อ

บทความวิจัยชิ้นนี้มุ่งเสนอผลวิเคราะห์สมุนไพรที่ปรากฏในเอกสารใบลานอีสาน จากข้อมูลเอกสารใบลานที่ปริวรรตถอดแปล จำนวน 12 ฉบับ/ผูก พบว่ามี 1) พืชวัตถุ จำนวน 3,928 รายการ คิดเป็นร้อยละ 77 ใช้มากที่สุด 10 ลำดับ ได้แก่ อ้อยดำ, ข้าวเจ้า, ขิง, ยานาง, จันแดง, พริก, กระเทียม, หมอน้อย, รากยานางและขมิ้น 2) สัตว์วัตถุ มีจำนวน 496 รายการ คิดเป็นร้อยละ 10 ได้แก่ ติงเหลิ้ม, เขากวาง, กระตูกแร้ง, นองา, กระตูก, คราบแมงมุม, เขี้ยวเสือ, ไล่เดือน, เขากวางซี และเขาเยือง 3) ธาตุวัตถุ มีจำนวน 107 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2 ได้แก่ เกลือ, ขี้เถ้ากลางคิ, ชื่น (ดีบุก), นมผา, มาด (กำมะถัน), ขี้นกสั๊กคะโดลิงค์, ขี้เหมี้ยงเหล็ก, คำ(ทองคำ), เงิน และสารส้ม 4) น้ำกระสายยา มีจำนวน 453 รายการ คิดเป็นร้อยละ 9 ได้แก่ น้ำสุรา, น้ำพังคา, น้ำมะนาว, น้ำผึ้ง, น้ำมันงา, น้ำสาบน้อย, น้ำนม, น้ำข้าวเจ้า, น้ำไล่เดือน และน้ำท่า 5) เห็ดรา มีจำนวน 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 0 ได้แก่ ตะไคร้แองน้ำใหญ่, เห็ดขี้ควาย, เห็ดพิมาน, ไคตงซาน (ไคตงซาน?), เห็ดขาม, เห็ดขี้ม้า, เห็ดจ้อง (ร่ม), เห็ดชะวาก (ชะงาก), เห็ดดาง (เห็ดกระด้าง?) และเห็ดดางแห และ 6) อื่น ๆ ที่ไม่สามารถจำแนกได้ มีจำนวน 94 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2 ได้แก่ ดอกกัวซาย, ขี้แห้ง, ดอกกัวขาว, ผมหยุ่ง, ขวยขี้, คำหมากแห้ง, เพ็ญไฮสมคาม, ลูกชันโต, เล็บตีน และหมากสบไถ

คำสำคัญ: ตำรายาอีสาน, สมุนไพร, เกสวัตถุ, ใบลาน, ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Abstract

This article attempted to present the analytical findings of Thai traditional herbs as described in 12 pieces of the transliterated Isan palm-leaf manuscripts in which it was indicated that there were: 1) 3,928 herb matters or counted as 77% in which the most often

used ones were sugar cane, rice, ginger, Bai-ya-nang, Chan Daeng (Red Sandal Wood), chili, garlic, Mo noi, Ya nang root, and cumin; 2) 496 animal matters or counted as 10% including snake's galls, antler, vulture's bone, horn and tusk, spider's molt, tiger's fang, earthworm, deer's and serow's antler; 3) 107 mineral matter or counted as 2% including salt, ash, tin, stalactite, sulphur, Khee Nok Hatsadiling, rust, gold, and alum; 4) 453 adjuvants or counted as 9% including spirit, Nam Pang Ka, lime juice, honey, sesame oil, saliva, milk, rice water, earthworm juice, and runoff; 5) 18 types of fungus or counted as 0% consisting of swamp lichen, buffalo dung mushroom, Thai Phellinus mushroom (Hed Pi Man), chitosan, Hed Kham, inky cap mushroom, Thai parasol mushroom, Hed Chawak, and bamboo mushroom; and 6) 94 uncategorized items or counted as 2% consisting of Tok Kiw Sai, dry stools, Tok Kiw Khwa, Pom Yung, pile of poop, the leftovers of betel nut chewing, Fuang Lai Som Kam, Look Khun Dai, toenail, and plowshare

Keywords: pharmacopoeia, Isan Herbs, Pharmaceutical Matters, Palm-Leaf, Local Wisdom

บทนำ

ตัวอักษรโบราณ ถือเป็นกุญแจดอกสำคัญที่จะไขสรรพวิชาทั้งมวลของวิชาแพทย์แผนไทยอันถูกบันทึก สัมสม จมื่นอยู่ในเอกสารโบราณ เช่น จารึกใบลาน สมุดไทย สมุดฝรั่งและอื่น ๆ ซึ่งเปรียบเสมือนขุมคลังความรู้อันเป็นมรดกทางภูมิปัญญาไทยที่ทรงคุณค่า น้อยคนนักที่ได้สัมผัสค้นหาความหมายและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติในยุคสมัยแห่งความขัดแย้งอัน

ซับซ้อนความเสื่อมโทรมทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อมโลก การเข้าถึงซึ่งทางเลือกด้านการรักษาพยาบาลและปรับประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพพหุภานามัยในองค์กรวม นั้น พร้อมกันกับการเอาใจใส่ระบบนิเวศวัฒนธรรมอันสัมพันธ์กับบริบทแวดล้อม เช่น ดิน น้ำ ป่า ต้นไม้ใบหญ้า ยาสมุนไพร อันผู้คนได้ใช้และรับประโยชน์โดยตรง การแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านจึงตอบโจทย์และเป็นข้อต่อสำคัญของยุคสมัยนี้ได้เป็นอย่างดี

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2553) ได้กล่าวว่า การรักษาของแพทย์สมัยโบราณของจีนบ้าง ในวัฒนธรรมของอินเดียแดงเป็นต้นบ้าง ว่าเป็น holistic คือเป็นการรักษาแบบองค์รวม ที่มองดูและเกี่ยวข้องกับชีวิตทั้งหมด แต่ความจริงการรักษาแบบองค์รวมในสมัยโบราณนั้นก็มิจุดอ่อนและความบกพร่อง บางทีก็เป็นองค์รวมแบบพรว้า ๆ คลุมเครือ คือมองทุกด้านจริง แต่ว่าแต่ละด้านก็ไม่ชัดเจนสักอย่าง บางทีก็มองคลุมเครือไปเลย หรือไม่ก็มีความเชื่อถือไม่เข้าเรื่องปนอยู่ ซึ่งอาจจะให้กลมกลืนกับยุคสมัยนั้น ๆ แต่คงใช้ไม่ได้กับปัจจุบัน อุษา กลิ่นหอม (2552) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการแพทย์พื้นบ้านว่า ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าการแพทย์พื้นบ้านมีความสำคัญและเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับประชาชนที่อยู่ในเขตชนบท แต่เนื่องจากศาสตร์ทางด้านนี้ได้ถูกละทิ้งเป็นระยะเวลานาน การถ่ายทอดองค์ความรู้เหล่านี้แบบต่อเนื่องจึงปรากฏอยู่เฉพาะในบางพื้นที่ และส่วนใหญ่มีระบบการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านกระบวนการรักษา การใช้สมุนไพร แต่ให้ความสนใจเกี่ยวกับตำรับตำราที่ปรากฏในชุมชนน้อยมาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาเพื่อหาดำราและตำรับบริยาที่ยังคงใช้อยู่ในปัจจุบันและผลสัมฤทธิ์ของการใช้ยา เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการพิจารณาในการพัฒนยาแบบพื้นบ้านขั้นต่อไป อุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งคือตำรายาอีสานส่วนใหญ่มีการบันทึกเป็นอักษรธรรมและอักษรไทยน้อย ซึ่งปัจจุบันเหลืออยู่ไม่มากในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้มีการเคลื่อนย้ายไปอยู่ในต่างประเทศเป็น

จำนวนมาก ตำรับ ตำราเหล่านี้ เกิดขึ้นได้เนื่องจากผู้รู้ในอดีตได้มีการใช้เพื่อการดูแลสุขภาพของตนเองที่สอดคล้องกับธรรมชาติ ดังนั้นการดำเนินการถอดองค์ความรู้ให้มาเป็นภาษาไทยปัจจุบันจึงเป็นความเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการก่อนที่จะตำรับ ตำราเหล่านี้จะสูญหายไปหมดจากแผ่นดิน นอกจากนี้ อุษา กลิ่นหอม (2552) ได้กล่าวถึงแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา การจัดบันทึกเพื่อจัดทำตำราทั้งหลายต้องเริ่มจากการเรียนรู้ การเรียนรู้อาจเกิดได้หลายช่องทาง เช่น การเรียนรู้จากผู้รู้หรือครู การเรียนรู้ด้วยตนเอง เมื่อนำผลจากการเรียนมาวิเคราะห์สังเคราะห์จนกลายเป็นองค์ความรู้ สามารถนำไปสู่การจัดบันทึกหรือการจัดทำตำรา ทั้งเพื่อการใช้ประโยชน์ในอนาคตของผู้จัดบันทึกเอง หรือเพื่อการสืบทอดองค์ความรู้เหล่านั้น การจัดบันทึกสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร การวาดภาพเป็นต้น ดังแผนภูมิ



ภาพที่ 1 แสดงแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาดำรายาพื้นเมืองอีสาน
ปรับปรุงจากแนวคิด อุษา กลิ่นหอม (2552)

สมัย วรรณอดร (2558) ได้กล่าวถึงโรคและยาในตำรายาภาคอีสาน และลาว ว่า ตำรายาที่บันทึกไว้ในเอกสารโบราณภาคอีสานและลาวเป็นภูมิปัญญา ด้านสุขภาพของบรรพบุรุษอีสานที่เกิดจากประสบการณ์จริงในชีวิตที่มีการสั่งสม มานานผ่านการกลั่นกรองทดลองใช้โดยการลองผิดลองถูก เรียนรู้อาการของผู้ป่วย เรียนรู้คุณสมบัติของพืชแต่ละชนิดว่ามีสรรพคุณอย่างไร ตลอดถึงสังเกตพฤติกรรม ของสัตว์ป่าที่กินพืชเป็นอาหาร หรือกินพืชเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยหรืออาการ บาดเจ็บของตนเอง องค์ความรู้นี้จึงค่อย ๆ สั่งสมเรื่อยมาจนมีความรู้ความเข้าใจ ในธรรมชาติแวดล้อมรอบตัวสามารถนำเอาพืชชนิดต่าง ๆ มาใช้เป็นยารักษาอาการ เจ็บป่วยของคนในชุมชนได้อย่างกลมกลืนและมีการถ่ายทอดสืบสานกันมาจากรุ่นสู่รุ่นทั้งแบบมุขปาฐะและแบบลายลักษณ์ที่มีการบันทึกไว้ในเอกสารโบราณ จนกลายเป็นภูมิปัญญาทางสาธารณสุขอันทรงคุณค่าที่บรรพบุรุษอีสานและ ลาวได้นำเสนอให้เห็นผ่านการรักษาอาการเจ็บป่วยของผู้คนในชุมชน โดยใช้ สมุนไพรและวัตถุธาตุที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชุมชน เอกวิทย์ ณ ถลาง (2544) ได้ กล่าวไว้ว่า ชาวอีสานมีระบบการสืบสานวัฒนธรรมและกระบวนการเรียนรู้จาก ประสบการณ์และความรู้ที่สั่งสมจากบรรพชนที่น่าสนใจและมีคุณค่าอย่างยิ่งคือ การจารึกเรื่องราวต่าง ๆ ลงในใบลานที่รู้จักกันทั่วไปว่า หนังสือก๋อ้มเป็นจุดตั้ง คลังความรู้และภูมิปัญญาอันหลากหลายที่ชาวบ้านได้ช่วยกันสร้างไว้เพื่อเป็น คู่มือการดำรงชีวิตตามโครงสร้างและหน้าที่ทางสังคม หมู่บ้าน เช่น ความเชื่อ จารีต ประเพณี การรักษาโรค การปกครอง และเศรษฐกิจ หนังสือเหล่านี้ได้รับการเก็บรักษา และนำไปใช้สืบทอดมาแต่ปัจจุบันจึงเป็นหนังสือสำคัญของคนอีสาน ที่มีส่วนในการบันทึก และปลูกฝังทัศนคติของปราชญ์ชาวบ้านไว้เป็นอย่างดี สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ (2543) พระองค์ท่านได้แยกประเภทหนังสือไทย โดยกล่าวว่า หนังสือไทยฉบับเขียน... ลักษณะต่างกัน 3 ประเภท ถ้าเป็นหนังสือ อ่านก็จะเป็นหนังสือสมุดไทยสีขาว สมุดไทยดำ และถ้าเป็นหนังสือตำรา เช่นเลข ยันต์หรือคถาอาคม อันเจ้าของประสงค์ชอบเรียนแก้ตัวมักจะจารลงในใบลาน

ขนาดสั้นครั้งคัมภีร์พระธรรมร้อยเชือกเก็บไว้ ซึ่งเป็นหนังสือใบลานประเภทหนึ่ง วิชา วิสเทัญ (2550) ได้กล่าวถึงคุณค่าด้านอักษรศาสตร์ การสื่อสารและการแพทย์พื้นบ้าน ไว้ว่า ตำรานี้เป็นบันทึกองค์ความรู้ด้านการแพทย์ของหมอยาพื้นบ้านด้วยตัวอักษรโบราณ เป็นการปรับความรู้ความเข้าใจของผู้คนที่มองว่า องค์ความรู้สมัยก่อนมักเป็นจารีตมุขปาฐะ (Oral Tradition) ที่เน้นการถ่ายทอดด้วยการบอกเล่า ดังที่รับรู้กันอยู่เช่นเดียว แท้ที่จริงในชุมชนต่าง ๆ ได้มีการบันทึกไว้เพียงแต่อาจยังค้นไม่พบ สูญหายหรือมีจำนวนน้อย

ข้อมูลภูมิปัญญาที่ปรากฏในเอกสารโบราณประเภทใบลานและสมุดข่อย/สมุดไทย อันพบอยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งปัจจุบันนั้นเอกสารโบราณดังกล่าวได้มีบทบาทลดลงตามลำดับความสำคัญทางเทคโนโลยีของคนในสังคม จนส่งผลกระทบต่อองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ไม่สามารถนำมาปรับใช้คนในสังคมปัจจุบันได้ เนื่องจากข้อจำกัดและโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลในเอกสารโบราณต่าง ๆ อุปสรรคปัญหาและข้อขัดข้อง ได้แก่ ความผูกพันของเอกสารโบราณตามกฎหมายไตรลักษณ์ ภาษา ตัวอักษร คำศัพท์พื้นถิ่นที่มีความหมายเฉพาะ เสมือนรหัสที่ยากต่อการทำความเข้าใจและเข้าถึงในระยะเวลาอันสั้น จึงเป็นสิ่งที่น่าเสียดายเป็นอย่างยิ่งที่องค์ความรู้อันสำคัญต่าง ๆ ต้องหลงสลายไปกับวัฏศูรย์ของการเขียนโบราณอันล้าสมัย หากแต่ภายในนั้นกลับมีองค์ความรู้ที่นำสมัยอัดแน่นขนัดแฝงฝังอยู่ จากบทความวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นการดึงเอาองค์ความรู้เก่ามาบอกเล่าใหม่เพื่อนำเสนอต่อวงการวิชาการ การแพทย์พื้นบ้านให้ตระหนักถึงคุณค่าแม้จะเป็นเพียงข้อมูลขั้นต้นที่ผ่านวิเคราะห์ความถี่ที่ใช้สมุนไพรรักษาปรากฏในเอกสารใบลานอีสานแต่ผู้วิจัยก็หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถจุดประกายและส่งต่อข้อมูลเพื่อใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในหลากหลายสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องสืบต่อไปในอนาคต



วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์สมุนไพรรักษาโรคที่ปรากฏในเอกสารโบราณอีสาน

วิธีการศึกษา

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยกระบวนการการคัดเลือกตำรายาที่สมบูรณ์ นำมาปริวรรตถ่ายถอดจากอักษรโบราณเป็นอักษรไทย โดยใช้วิธีการถ่ายถอดคำต่อคำ บรรทัดต่อบรรทัด สันนิษฐานวรรณยุกต์ คงศัพท์เฉพาะเปลี่ยนบางคำให้สอดคล้องตามรูปแบบปัจจุบัน โดยใช้โปรแกรมไมโครซอฟเวิร์ด (Microsoft word) จากเนื้อหาตำรายาที่ปริวรรต จากตำรายาโบราณ ในสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน จำนวน 12 ฉบับ/ผูก ได้แก่

1.1 ตำรายาโบราณ ผูกที่ 1 รหัส BL0001003 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 74 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม วัฒนาชัย ตำบลตลาดอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปริวรรตโดย นายสมัย วรรณอุดร

1.2 ตำรายาโบราณ ผูกที่ 2 รหัส BL0001004 ตัวอักษรไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 28 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติมปริวรรตโดย นายธนวัฒน์ เชื้อโคกกรวด

1.3 ตำรายาโบราณ ผูกที่ 3 รหัส BL0001011 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 16 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติมปริวรรตโดย นางสาวอัญชลี อัมมอรญา

1.4 ตำรายาโบราณ ผูกที่ 4 รหัส BL0001012 ตัวอักษรธรรม, ไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 50 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม ธรรม น.1-13, ไทยน้อย น.14-16, ธรรม น.17-25 ปริวรรตโดย อ.ภก.ณัฐพงษ์ วิชัย

1.5 ตำรายาโบราณ ผูกที่ 5 รหัส BL0002011 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 26 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติมปริวรรตโดย นายณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์

1.6 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 6 รหัส BL0005010 ตัวอักษรไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 22 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม บรรณาธิการโดย นางสาวอัญชลี อัมมฤณ

1.7 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 7 รหัส BL0005013 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 24 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม บรรณาธิการโดย นางสาวอัญชลี อัมมฤณ เคยใช้เป็นข้อมูลใน ตำรายาวิวัฒนาการ เล่ม 3

1.8 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 8 รหัส BL0005016 ตัวอักษรธรรม, ไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 20 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม ในวัดมหาชัย ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีอักษรไทยน้อย 2 ลานสุดท้าย บรรณาธิการโดย นายอิทธิชัย นันชนันต์

1.9 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 9 รหัส BL0008006 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 14 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม วัดศรีสมพร บ้านแบก ต.นาทอง อ.เชียงยืน จ. มหาสารคาม เคยใช้เป็นข้อมูลในตำรายาวิวัฒนาการ บรรณาธิการโดย นายสมัย วรรณอุดร

1.10 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 10 รหัส BL0009004 ตัวอักษรไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 36 หน้าลาน สมบัติวิวัฒนาการ พระอารามหลวง ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติมบรรณาธิการโดย นายณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์

1.11 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 11 รหัส BL0011005 ตัวอักษรไทยน้อย ภาษาไทยอีสาน มีจำนวน 66 หน้าลาน เป็นตำรายาวิวัฒนาการ บ้านท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติม บรรณาธิการโดย นายชนวัฒน์ เชื้อโคกกรวด

1.12 ตำรายาโบราณ ผู้ที่ 12 รหัส BL0011006 ตัวอักษรธรรม ภาษาไทย มีจำนวน 16 หน้าลาน ข้อมูลจำเพาะเพิ่มเติมบรรณาธิการโดย อ.ภก.ณัฐพงษ์ วิชัย บรรณาธิการ ความหมายของรหัส เช่น BL0001003 ได้แก่ BL หมายถึง ใบลานตำรายาในสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน 0001 หมายถึง มัดที่



0001 003 หมายถึง ผูกที่ 003

2. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลจากการปริวรรตโดย เช่น จำนวนนามศัพท์ รูปแบบเนื้อหา อักษรวิธี นามศัพท์ ภูมิปัญญาที่พบภายในตำรายาโบราณ เป็นต้น

3. วิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ จัดจำแนกจำนวนความถี่เป็นหมวดหมู่ นามเภสัชวัตถุ จำนวน 6 ประเภทที่ปรากฏ จากมากไปหาน้อย นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นภาพและแผนภูมิ เพื่อให้เห็นความถี่ที่ปรากฏของข้อมูลในตำรายาโบราณ

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากตำรายาโบราณ ในสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน จำนวน 12 ฉบับ/ผูก ผู้วิจัยได้จัดจำแนกจำนวนความถี่เป็นหมวดหมู่ นามเภสัชวัตถุ ที่ปรากฏ ได้แก่ พืชวัตถุ สัตว์วัตถุ ธาตุวัตถุ น้ำกระสายยา เห็ดรา และอื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) จากมากไปหาน้อย นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นภาพและแผนภูมิ เพื่อให้เห็นความถี่ที่ปรากฏของข้อมูลในตำรายาโบราณ โดยมีผลการวิจัยได้แก่

ตารางที่ 1 : ผลการวิจัยจำนวนเภสัชวัตถุ ที่ปรากฏ ได้แก่ พืชวัตถุ สัตว์วัตถุ ธาตุวัตถุ น้ำกระสายยา เห็ดรา และอื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) ทั้งหมด จากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ มีดังนี้

รายการ	เภสัชพืช วัตถุ	เภสัชสัตว์ วัตถุ	เภสัชธาตุ วัตถุ	น้ำ กระสาย	เภสัชเห็ด รา	อื่น ๆ
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 1	273	32	4	12		2
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 2	174	41	7	40	5	8
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 3	186	25	4	12	3	11
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 4	827	44	21	63		13
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 5	241	28	5	47	1	4
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 6	110	13	9	12		3
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 7	64	8	3	5		1
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 8	1,095	202	19	140	6	28
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 9	105	10	2	6		1
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 10	197	59	12	41	2	10
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 11	501	29	12	51	1	13
ตำรายาโบราณ ผูกที่ 12	155	5	9	24		
รวมทั้งหมด	3,928	496	107	453	18	94

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบว่า พืชวัตถุมีจำนวน 3,928 รายการ สัตว์วัตถุ มีจำนวน 496 รายการ ธาตุวัตถุ มีจำนวน 107 รายการ น้ำกระสายยา มีจำนวน 453 รายการ เห็ดรา มีจำนวน 18 รายการ และอื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) มีจำนวน 94 รายการ

จากข้อมูลในตารางที่ 1 ผู้วิจัยสามารถจำแนกเป็นความถี่ของเภสัชวัตถุ แต่ละรายการ โดยใช้ความถี่ที่พบการใช้มากที่สุดถึงน้อยที่สุด โดยในบทความนี้จะเลือกนำเสนอเพียง จำนวน 10 อันดับ ได้แก่

ตารางที่ 2 : นามพีชวัตถุ 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	อ้อยดำ	88
2	ข้าวเจ้า/เจ้าเข้า(ข้าว)ข้าว/เข้าข้าว/เข้าเจ้า	84
3	ชิง	64
4	ยานาง	59
5	จันแดง	50
6	พริก/พิก	43
7	เทียม	32
8	หมอน้อย	30
9	ยานาง,ราก/ฮาก	23
10	ขมิ้น/เข้าหมิ่น	21

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบพีชวัตถุ มีจำนวน 3,928 รายการ จำแนกเป็นความถี่พีชวัตถุที่ใช้มากที่สุดจำนวน 10 อันดับ ได้แก่ อ้อยดำ พบการใช้ 88 ครั้ง, ข้าวเจ้า/เจ้า/เข้า(ข้าว)ข้าว/เข้าข้าว/เข้าเจ้า พบการใช้ 84 ครั้ง, ชิง พบการใช้ 64 ครั้ง, ยานาง พบการใช้ 59 ครั้ง, จันแดง พบการใช้ 50 ครั้ง, พริก/พิก พบการใช้ 43 ครั้ง, เทียม (กระเทียม) พบการใช้ 32 ครั้ง, หมอน้อย พบการใช้ 30 ครั้ง, ยานาง,ราก/ฮาก พบการใช้ 23 ครั้ง และ ขมิ้น/เข้าหมิ่น พบการใช้ 21 ครั้ง

ตารางที่ 3 : นามสัตว์วัตถุ 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมาก ไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	งูเห่าลือม,บี	26
2	กวาว,เขา	11
3	แอ้ง,ตุ๊ก	11
4	นอ,า	10
5	กา,ตุ๊ก	8
6	แมงมุม,คราบ/คาบ	8
7	เสือ,แหว่/แหว้	8
8	ไล่เตียน	8
9	กวาวซี,เขา	7
10	เยื่อง,เขา	7

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบสัตว์วัตถุ มีจำนวน 496 รายการ จำแนกเป็นความถี่สัตว์วัตถุที่ใช้มากที่สุดจำนวน 10 อันดับ ได้แก่ งูเห่าลือม,บี พบการใช้ 26 ครั้ง, กวาว,เขา พบการใช้ 11 ครั้ง, แอ้ง,ตุ๊ก พบการใช้ 11 ครั้ง, นอ,า พบการใช้ 10 ครั้ง, กา,ตุ๊ก พบการใช้ 8 ครั้ง, แมงมุม,คราบ/คาบ พบการใช้ 8 ครั้ง, เสือ,แหว่/แหว้ พบการใช้ 8 ครั้ง, ไล่เตียน พบการใช้ 8 ครั้ง, กวาวซี,เขา พบการใช้ 7 ครั้ง และ เยื่อง,เขา พบการใช้ 7 ครั้ง

ตารางที่ 4 : นามธาตุวัตถุ 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	ก้อนเกลือ/เกลือ	14
2	เถ่ากลางคี/เท่า(ใช้เถ่า)กลางคี/เท่า(เถ่า)กลางคี/เท่ากลางคี/เท่าทางคี	11
3	ซิน/ซิน	10
4	นมผา	8
5	มาด	4
6	ขึ้นกสักกะดี/ขึ้นกสักคะโดลิงค์ /ขึ้นกสักคะโดลิง	3
7	ขึ้นเหมี้ยงเหล็ก/ขึ้นเหล็ก/ขึ้นเหลง(ขึ้นเหล็ก,ขึ้นเหมี้ยง)	3
8	คำ	3
9	เงิน	3
10	สารส้ม/หินส้ม	3

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบธาตุวัตถุ มีจำนวน 107 รายการ จำแนกเป็นความถี่ที่ใช้มากที่สุด จำนวน 10 อันดับ ได้แก่ ก้อนเกลือ/เกลือ พบการใช้ 14 ครั้ง, เถ่ากลางคี/เท่า(ใช้เถ่า)กลางคี/เท่า(เถ่า)กลางคี/เท่ากลางคี/เท่าทางคี พบการใช้ 11 ครั้ง, ซิน/ซิน พบการใช้ 10 ครั้ง, นมผา พบการใช้ 8 ครั้ง, มาด พบการใช้ 4 ครั้ง, ขึ้นกสักกะดี/ขึ้นกสักคะโดลิงค์ /ขึ้นกสักคะโดลิง พบการใช้ 3 ครั้ง, ขึ้นเหมี้ยงเหล็ก/ขึ้นเหล็ก/ขึ้นเหลง(ขึ้นเหล็ก,ขึ้นเหมี้ยง) พบการใช้ 3 ครั้ง, คำ พบการใช้ 3 ครั้ง, เงิน พบการใช้ 3 ครั้ง และ สารส้ม/หินส้ม พบการใช้ 3 ครั้ง

ตารางที่ 5 : นามน้ำกระสายยา 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	น้ำสุรา/น้ำเหล้า/เหล้า	109
2	น้ำพังคา/พังคา/ยาพังคา	49
3	นาว/น้ำมะนาว/น้ำหมากนาว	22
4	น้ำผึ่ง/น้ำเผิง/น้ำเผ้ง	22
5	งา/น้ำมัน/น้ำมันงา/มันงา	20
6	น้ำส่างน้อย/ส่างน้อย	19
7	นม/น้ำนม	18
8	น้ำข้าวจ้าว/น้ำเข้าจ้าว	18
9	น้ำใส่เดือน/น้ำเหยื่อเดือน/น้ำเหยยดิน(น้ำเหยื่อดิน)	18
10	น้ำท่า	15

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบน้ำกระสายยา มีจำนวน 453 รายการ จำแนกเป็นความถี่น้ำกระสายยาที่ใช้มากที่สุด จำนวน 10 อันดับ ได้แก่ น้ำสุรา/น้ำเหล้า/เหล้า พบการใช้ 109 ครั้ง, น้ำพังคา/พังคา/ยาพังคา พบการใช้ 49 ครั้ง, นาว/น้ำมะนาว/น้ำหมากนาว พบการใช้ 22 ครั้ง, น้ำผึ่ง/น้ำเผิง/น้ำเผ้ง พบการใช้ 22 ครั้ง, งา/น้ำมัน/น้ำมันงา/มันงา พบการใช้ 20 ครั้ง, น้ำส่างน้อย/ส่างน้อย พบการใช้ 19 ครั้ง, นม/น้ำนม พบการใช้ 18 ครั้ง, น้ำข้าวจ้าว/น้ำเข้าจ้าว พบการใช้ 18 ครั้ง, น้ำใส่เดือน/น้ำเหยื่อเดือน/น้ำเหยยดิน(น้ำเหยื่อดิน) พบการใช้ 18 ครั้ง และ น้ำท่า พบการใช้ 15 ครั้ง

ตารางที่ 6 : นามเห็ดรา 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	โค/ตะไคร้แองน้ำใหญ่/ไคแองน้ำ/แองน้ำ,โค	5
2	เห็ดขี้ควาย	4
3	เห็ดพิมาน	2
4	ไคตงซาน(ไคตงซาน?)	1
5	เห็ดขาม	1
6	เห็ดขี้ม้า	1
7	เห็ดจ้อง(ร่ม)	1
8	เห็ดชะวาก(ชะงาก)	1
9	เห็ดดาง(ดางแห?, กระด้าง?)	1
10	เห็ดดางแห	1

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบเห็ดรา มีจำนวน 18 รายการ จำแนกเป็นความถี่น้ำกระสายยาที่ใช้มากที่สุดจำนวน 10 อันดับ ได้แก่ โค/ตะไคร้แองน้ำใหญ่/ไคแองน้ำ/แองน้ำ,โค พบการใช้ 5 ครั้ง, เห็ดขี้ควาย พบการใช้ 4 ครั้ง, เห็ดพิมาน พบการใช้ 2 ครั้ง, ไคตงซาน (ไคตงซาน?) พบการใช้ 1 ครั้ง, เห็ดขาม พบการใช้ 1 ครั้ง, เห็ดขี้ม้า พบการใช้ 1 ครั้ง, เห็ดจ้อง(ร่ม) พบการใช้ 1 ครั้ง, เห็ดชะวาก(ชะงาก) พบการใช้ 1 ครั้ง, เห็ดดาง(ดางแห?, กระด้าง?) พบการใช้ 1 ครั้ง และ เห็ดดางแห พบการใช้ 1 ครั้ง

ตารางที่ 7 : อื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) 10 อันดับ ที่พบการใช้โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ชื่อพืช	ความถี่
1	ตอกกิ้วซ้าย	8
2	ขี้แห้ง	4
3	ตอกกิ้วขวา	4
4	ผมหุ้ง	3
5	ขวยซี่	2
6	คำหมากแห้ง	2
7	เพิง(เพื่อง)โหลสมคาม/เพื่องโหลสมคาม	2
8	ลูกขันโด	2
9	เล็บตีน	2
10	สบไถ/หมากสบไถ	2

จากตารางที่ 7 ผลการวิจัยจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ พบอื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) มีจำนวน 94 รายการ จำแนกเป็นความถี่น้ำกระสายยาที่ใช้มากที่สุด จำนวน 10 อันดับ ได้แก่ ตอกกิ้วซ้าย พบการใช้ 8 ครั้ง, ขี้แห้ง พบการใช้ 4 ครั้ง, ตอกกิ้วขวา พบการใช้ 4 ครั้ง, ผมหุ้ง พบการใช้ 3 ครั้ง, ขวยซี่ พบการใช้ 2 ครั้ง, คำหมากแห้ง พบการใช้ 2 ครั้ง, เพิง (เพื่อง) โหลสมคาม/เพื่องโหลสมคาม พบการใช้ 2 ครั้ง, ลูกขันโด พบการใช้ 2 ครั้ง, เล็บตีน พบการใช้ 2 ครั้ง และ สบไถ/หมากสบไถ พบการใช้ 2 ครั้ง

สรุปผล

จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารโบราณจำนวน 12 รายการ สรุปได้ดังนี้ พืชวัตถุ มีจำนวน 3,928 รายการ คิดเป็นร้อยละ 77 ใช้มากที่สุด ได้แก่ อ้อยดำ, ข้าวเจ้า, ขิง, ยานาง, จันแดง, พริก, กระเทียม, หมอน้อย, รากยานางและขมิ้น

สัตว์วัตถุ มีจำนวน 496 รายการ คิดเป็นร้อยละ 10 ใช้มากที่สุด

ได้แก่ ดิงูเหลื่อม, เขากวาง, กระดุกแร้ง, นองา, กระดุก, คราบแมงมุม, เขี้ยวเสือ, ไล่เตียน, เขากวางซีและเขาเอื้อง

ธาตุวัตถุ มีจำนวน 107 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2 ใช้มากที่สุด ได้แก่ เกลือ, เถ้ากลางคิ, ซีน(ดีบุก), นมผา, มาด(กำมะถัน), ขึ้นกสั๊กคะโดลิงค์ (หินปูนที่เกิดจากหอยน้ำจืด), ขี้เหมี้ยงเหล็ก, คำ(ทองคำ), เงิน และสารส้ม

น้ำกระสายยา มีจำนวน 453 รายการ คิดเป็นร้อยละ 9 ใช้มากที่สุด ได้แก่ น้ำสุรา, น้ำพังคา, น้ำมะนาว, น้ำผึ้ง, น้ำมันงา, น้ำสำนวน, น้ำนม, น้ำข้าวจ้าว, น้ำไล่เตียน และน้ำท่า

เห็ดรา มีจำนวน 18 รายการ ใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0 ได้แก่ ตะไคร้แองน้ำใหญ่, เห็ดขี้ควาย, เห็ดพิมาน, ไคตงซาน(ไคตงซาน?), เห็ดขาม, เห็ดขี้ม้า, เห็ดจ้อง(ร่ม), เห็ดชะวก(ชะงาก), เห็ดดาง(กระด้าง?)และ เห็ดดางแห

อื่น ๆ (ที่ไม่สามารถจำแนกได้) มีจำนวน 94 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2 ใช้มากที่สุด ได้แก่ ดอกกัวซ้าย, ขี้แห้ง, ดอกกัวขวา, ผมหยุ่ง, ขวยขี้, คำหมากแห้ง, เพื่องโหลสมคาม, ลูกขันโด(ขันบันโด), เล็บตีน และหมากสบไถ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่บันทึกไว้ในตำรายา ทั้ง 12 ฉบับ ปรากฏเภสัชวัตถุประเภทพืชมากที่สุด สะท้อนองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากพืชพรรณที่มีอยู่รายรอบตัว โดยผ่านการสังเกต จดจำ ทดลองใช้ประโยชน์ สังสม สืบสาน ส่งต่อองค์ความรู้ โดยการเรียนรู้ต่อกันแล้วบางส่วนถูกบันทึกไว้ในเอกสารใบลาน แต่อีกหลายส่วนก็สูญสิ้นไปกับตัวหมอยา ซึ่งเอกสารที่นำมาศึกษาในบทความถือเป็นตัวแทนของตำรายาในเอกสารใบลานที่กระจัดกระจายอยู่ในพื้นที่ทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นภาคอีสานดังกล่าวนั้น ล้วนเกิดประโยชน์ทั้งด้านการศึกษา ภูมิปัญญาด้านนิเวศวัฒนธรรม สะท้อนออกมาจากข้อมูลความถี่ของการใช้สมุนไพรในแต่ละเภสัชวัตถุชนิดต่าง ๆ นั้น สอดคล้องกับสมัย วรรณอุดร (2558)

ได้กล่าวถึงภูมิปัญญาทางการแพทย์สาธารณสุขอันทรงคุณค่าที่บรรพบุรุษอีสานและลาวได้นำเสนอให้เห็นผ่านการรักษาอาการเจ็บป่วยของผู้คนในชุมชน โดยใช้สมุนไพรและวัตถุธาตุที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชุมชน ทำให้รู้วิธีการสืบทอดส่งต่อสาระทางการแพทย์พื้นบ้าน ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในวิถีชีวิตปัจจุบันได้ด้านใดด้านหนึ่ง และสอดคล้องกับ อุษา กลิ่นหอม (2552) ที่กล่าวถึงความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาเพื่อหาตำราและตำรับยาที่ยังคงใช้อยู่ในปัจจุบันและผลสัมฤทธิ์ของการใช้ยาเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการพิจารณาในการพัฒนายาแบบพื้นบ้านขั้นต่อไป และตำรายาที่เป็นตัวเขียนย่อมสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ทางนิเวศวัฒนธรรมของผู้คน รวมถึงทำให้เห็นโรค วิธีการรักษาโรค การใช้สมุนไพรในอดีต ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สมควรอนุรักษ์ไว้ให้คู่กับสังคมสืบไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ต่อยอดศึกษาองค์ประกอบทางเคมีของเภสัชวัตถุที่พบมาก เพื่อนำไปใช้ผลิตเป็นเวชภัณฑ์ด้านต่าง ๆ สืบเนื่องจากองค์ความรู้ด้านสมุนไพรเหล่านี้ยังขาดการศึกษาวิจัยอย่างจริงจัง

บรรณานุกรม

ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระบรมวงศ์เธอกรมพระยา. (2543). *นิทานโบราณคดี*.

พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : บรรณาการ.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2553). *การแพทย์แนวพุทธ*. พิมพ์ครั้งที่ 8.

กรุงเทพฯ : ครอบครัวแสงสายัณห์.

วีณา วิสเพ็ญ. (2550). *รายงานการวิจัย เรื่อง ภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานจาก*

วรรณกรรมตำรายา. มหาสารคาม : ภาควิชาภาษาไทยและ

ภาษาตะวันออก คณะ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และโครงการอนุรักษ์โบราณภาคตะวันออก



ออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมัย วรรณอุดร. (2558). *โรคและยาในตำรายาภาคอีสานและลาว*. ใน เอกสาร
การสัมมนาวิชาการเนื่องในวาระฉลองอายุครบ 96 ปีของ ศาสตราจารย์
ประเสริฐ ณ นคร เรื่อง “ภูมิปัญญาอาเซียน : เวชศาสตร์จารึกและ
เอกสารโบราณ”. ภาษา-จารึก ฉบับที่ 13. ภาควิชาตะวันออก คณะโบราณคดี
มหาวิทยาลัยศิลปากร. นนทบุรี : เซน พรินส์ดีง.

อุษา กลิ่นหอม. (2552). *การสังคายนาตำรายาพื้นบ้านอีสาน : กรณีใช้หมากไม้*.
กรุงเทพฯ : อุษาการพิมพ์.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2544). *ภูมิปัญญาอีสาน*. กรุงเทพฯ : อมรินทร์.

การศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัย
หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19

The Study to Develop Design Criteria for University
Cafeterias – Post Covid – 19

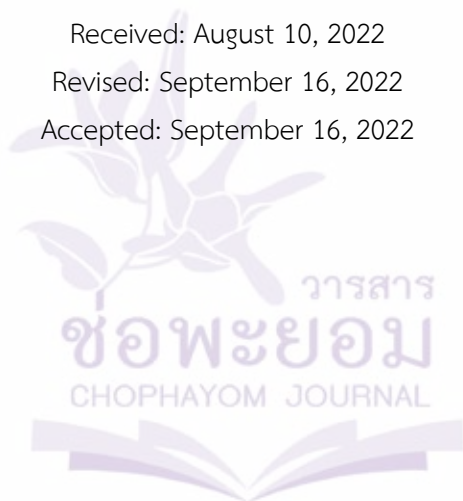
ขวัญเนตร บลูเมอ¹

Kwannate Blume¹

Received: August 10, 2022

Revised: September 16, 2022

Accepted: September 16, 2022



¹สาขานูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Department of Landscape Architecture,
Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts,
Mahasarakham University
(Email: kwannate@gmail.com)

บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรการของประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อบังคับและมาตรการด้านสาธารณสุขของโรงอาหารเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ และ 3) เพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่โรงอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 โดยการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ได้มีการกำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งมีกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนข้อกำหนด ข้อบังคับ มาตรการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยรวมถึงในระดับนานาชาติ เพื่อให้ทราบโครงสร้างของเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งหัวข้อเพื่อพิจารณาเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารมหาวิทยาลัยได้ 3 เกณฑ์ คือ 1) เกณฑ์การจัดพื้นที่ภายในโรงอาหาร 2) เกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงอาหาร และ 3) เกณฑ์การระบายอากาศของอาคารโรงอาหาร โดยเกณฑ์การจัดพื้นที่ภายในโรงอาหารจะต้องมีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1- 2 เมตร และเว้นระยะระหว่างโต๊ะอาหาร 2 – 4 เมตร รวมถึงกำหนดให้ทางเข้า – ออกของโรงอาหารเป็นคนละทาง และกำหนดให้มีทางสัญจรทางเดียว การติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงอาหารจะต้องมีการออกแบบพื้นที่รองรับจุดบริการทำความสะอาดมืออย่างเพียงพอและมีพื้นที่ในการติดป้ายประชาสัมพันธ์ มาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคอย่างทั่วถึง ทั้งนี้จะต้องมีการคำนึงถึงการออกแบบพื้นที่ภายนอกอาคารโดยให้มีหลังคาคลุมในส่วนที่มีการขายอาหารหรือติดตั้งร่มเหนือพื้นที่โต๊ะอาหาร และให้มีพื้นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์

ทำความสะอาดอย่างเพียงพอ ในส่วนของเกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการระบายอากาศ จะต้องสามารถทำให้ลมพัดผ่านได้ (Cross ventilation) คือกำหนดให้มีช่องเปิดอย่างน้อย 2 ด้าน โดยให้มีระยะห่างระหว่างช่องเปิดไม่เกิน 15.00 เมตร ในกรณีที่มีช่องเปิดได้เพียงด้านเดียว จะต้องทำการเปิดช่องเปิดตลอดแนวนั่ง ซึ่งความสูงของห้องจะต้องไม่เกินสองเท่าของความกว้างของห้องนั้น ในกรณีที่มีการติดตั้งระบบปรับอากาศจะต้องมีช่องเปิดสำหรับระบายอากาศและคำนึงถึงทิศทางการเคลื่อนที่ไม่ให้อากาศระบายออกจากภายในสู่ภายนอกไปสู่บริเวณที่มีผู้อื่นใช้งานอยู่ ในกรณีที่เป็นระบบหมุนเวียนอากาศกลับมาใช้ใหม่ จะต้องติดตั้งพัดลมดูดอากาศในห้องน้ำและห้องครัว ซึ่งจะต้องเปิดให้มีการระบายอากาศตลอดเวลา โดยออกแบบกำหนดทิศทางการระบายอากาศจากพื้นที่สะอาดไปยังพื้นที่สะอาดน้อยกว่า และช่องระบายอากาศเข้าและออกควรเว้นระยะห่างอย่างน้อย 5 เมตร เพื่อลดการหมุนเวียนเอาอากาศที่ระบายออกกลับเข้ามาสู่อาคารน้อยที่สุด

คำสำคัญ: โรงอาหารมหาวิทยาลัย, โควิด - 19, เกณฑ์การออกแบบโรงอาหาร, การระบายอากาศในโรงอาหาร

Abstract

The Study to Develop Design Criteria for University Cafeterias – Post Covid – 19 aims to 1) To study Thai laws, regulations, and measures in the prevention of COVID-19 2) To analyze and compare the regulations and measures in the prevention of COVID-19 3) To develop criteria for designing university cafeterias in Thailand to reduce the spread of COVID-19. This research is qualitative research that has a research methodology as documentary research, which studies and analyzes data from the review of relevant laws, measures,



and regulations both in Thailand and internationally. In order to understand the criteria for designing university cafeterias in Thailand to prevent and reduce the spread of COVID-19. From the study found that the design criteria for planning the university cafeteria can be divided into 3 parts, namely 1) Design criteria for planning cafeteria's area, 2) Design criteria to install equipment, and 3) Ventilation criteria for cafeteria building. Firstly, the guidance of planning cafeteria area recommends the university cafeterias to maintain physical distance between persons when picking up meals and when eating in the distance of 1 – 2 m. and the distance between table 2 – 4 m. Including mark one door to enter and one to exit with one-way walking paths. Secondly, the design criteria to install equipment indicated that the cafeteria area can support adequate hand sanitizing station which has to be near the entrance and in front of every shops. Including, preparing the cafeteria wall with a good design for posting signs to promote everyday prevention measures and prepare a space to store cleaning equipment along the service area. Additionally, preparing places for touchless equipment and devices such as touch-free trash can, touchless faucets, and automatic soap dispensers. On the other hand, for the significant criteria, consideration must be given to the outdoor space by either having a canopy in the selling food area or installing an umbrella above the dining area. Thirdly, the ventilation criteria for cafeteria building stated that the ventilation should be further increased through cross-ventilation, by opening windows or doors at

the opposite sides of a room with a distance opening not more than 15 m. In case the windows can open only on one side, all windows on the same side must be opened along the wall. Besides, the room's height must less than twice the width of the room. Where air conditioning is installed, there must be sufficient ventilation and consider the direction of air flow so that the ventilated air won't be flown to people nearby. For recirculating air system, the exhaust fan must be installed in the kitchen and toilet to ventilate at all times. The exhaust fan can also be installed in the roof gable, above the roof, and in a blind spot to bring out indoor air. Lastly, the direction of airflow can be controlled and be able to flow from clean areas to less clean areas while the exhaust fans should be spaced at least 5 m. to avoid the recirculation of a poor air back into the cafeteria.

Keywords: University Cafeteria, Covid - 19, Cafeteria Design Criteria, Cafeteria Ventilation

บทนำ

โรงอาหารของมหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่สาธารณะส่วนกลางที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของนิสิต อาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัย รวมถึงบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้ ในปัจจุบันนอกจากโรงอาหารจะเป็นสถานที่สำหรับทานอาหารและซื้อสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคแล้ว โรงอาหารยังถูกใช้เป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อน พบปะ อ่านหนังสือ และทำงานของผู้ใช้ที่เข้ามาใช้นอกเหนือจากเวลาเรียนหรือเวลาราชการ อีกทั้งโรงอาหารของมหาวิทยาลัยยังเป็นสถานที่ซึ่งแสดงถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการอีกด้วย ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ทำให้มีผลกระทบโดยตรงในการ

เข้าใช้พื้นที่รับประทานอาหารโดยเฉพาะในพื้นที่สาธารณะ อ้างอิงจากบทความเรื่อง Community and Close Contact Exposures Associated with COVID – 19 Among Symptomatic Adults ≥ 18 Years in 11 Outpatient Health Care Facilities — United States (Fisher et al., 2020) ที่ถูกตีพิมพ์ไว้ในรายงานการเจ็บป่วยและการเสียชีวิตรายสัปดาห์ของศูนย์ป้องกันและควบคุมโรคติดต่อสหรัฐอเมริกาในเดือนกันยายน ค.ศ. 2020 ว่าผู้ที่มีพฤติกรรมรับประทานอาหารหรือดื่มเครื่องดื่มในร้านอาหารได้รับการตรวจวินิจฉัยว่าติดโรค Covid – 19 สูงกว่าจำนวนประชากรปกติที่ไม่ได้เข้าไปรับประทานอาหารในร้านถึงสองเท่า โดยระบุว่าการรับประทานอาหารและดื่มเครื่องดื่มในร้านเป็นปัจจัยเสี่ยงสูงที่ทำให้เกิดการติดเชื้อ Covid – 19 เนื่องจากการบังคับใช้หน้ากากอนามัยระหว่างการรับประทานอาหารหรือการประกอบกิจกรรมอื่น ๆ ภายในพื้นที่รับประทานอาหารเป็นเรื่องที่ยาก จึงต้องมีการพิจารณาถึงเงื่อนไขอื่น ๆ ที่จะช่วยลดการแพร่เชื้อมากกว่า Liu et al. (2021) กล่าวว่าเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด – 19 เป็นการส่งผ่านเชื้อทางอากาศ ดังนั้นมาตรการในการเว้นระยะห่าง การจำกัดจำนวนผู้ใช้ และการปิดกั้นเส้นทางการส่งผ่านของละอองไวรัสในอากาศสามารถช่วยลดการแพร่ระบาดของไวรัสในพื้นที่ร้านอาหารได้ นอกจากนี้ Srivastava (2021) และ Rivas (2021) ยังระบุเหมือนกันว่าการผสมผสานวิธีการระบายอากาศทั้งแบบธรรมชาติและแบบกลเพื่อนำอากาศภายนอกเข้ามาหมุนเวียนในตัวอาคาร 100% ร่วมกับการวัดค่าคาร์บอนไดออกไซด์ในพื้นที่เพื่อประเมินคุณภาพอากาศภายในอาคารสามารถป้องกันการแพร่กระจายของไวรัสได้อย่างมีประสิทธิภาพหากแต่ Ashley et al. (2021) กล่าวถึงการระบายอากาศด้วยวิธีธรรมชาติว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดโอกาสการแพร่กระจายของโรคโควิด – 19 ได้สูงโดยเฉพาะพื้นที่ ๆ ไม่ได้รับการออกแบบระบบการระบายอากาศ จึงต้องมีการออกแบบและปรับปรุงระบบในการระบายอากาศเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว ทั้งนี้จากการสำรวจร้านอาหาร 34

แห่งในประเทศอินโดนีเซีย พบว่าร้านอาหาร 29 แห่ง (85.3%) มีระบบการระบายอากาศที่ไม่ได้มาตรฐาน และ 23 แห่ง (67.6%) ไม่มีอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับทำความสะอาดมือตามมาตรฐานทางสาธารณสุข (Rahman, et al. 2018) จึงเห็นได้ว่าจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ทำให้การเข้าใช้พื้นที่ร้านอาหารได้รับการปรับเปลี่ยนการใช้งานภายในพื้นที่ร้านอาหารและนำมาซึ่งหลักเกณฑ์ในการออกแบบร้านอาหารที่มีความแตกต่างไปจากหลักเกณฑ์การออกแบบเดิม

ในอนาคตอันใกล้ถึงแม้การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 อาจจะสามารถควบคุมได้ แต่ในการออกแบบร้านอาหารควรจะต้องมีการคำนึงถึงมาตรการทางสาธารณสุข เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในด้านสุขอนามัย รวมถึงเพื่อเป็นการป้องกันการลดความเสี่ยงในการแพร่โรคติดต่ออื่น ๆ นอกเหนือจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ดังนั้นการศึกษาเพื่อหาเกณฑ์การออกแบบร้านอาหารภายหลังการระบาดของเชื้อโควิด - 19 นับได้ว่ามีความสำคัญในการวางแผนสร้างร้านอาหารใหม่หรือการปรับปรุงพื้นที่ร้านอาหารเดิมให้มีคุณภาพในด้านการป้องกันและลดการระบาดของโรค จึงต้องมีการศึกษาหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ และข้อแนะนำต่าง ๆ จากองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและในระดับนานาชาติ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หามาตรฐานและเกณฑ์ในการออกแบบร้านอาหารในมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอกอาคาร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรการของประเทศไทยในการป้องกันและลดการแพร่กระจายของโรคโควิด - 19 ในพื้นที่ร้านอาหาร
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อบังคับและมาตรการด้านสาธารณสุขของร้านอาหารเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ทั้งในประเทศและระดับ



นานาชาติ

3. เพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่โรงอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19

วิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 มีขอบเขตการวิจัย 3 ด้าน ดังนี้

1. ศึกษากฎหมายอาคารของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19

2. ศึกษาทฤษฎีและมาตรการที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคในโรงอาหาร โดยเฉพาะภายในสถานศึกษาทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

3. ศึกษากระบวนการระบายอากาศของอาคารโรงอาหารเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากข้อกำหนดและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่และจัดการโรงอาหารในมหาวิทยาลัยเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 จากทั้งในประเทศไทยและในระดับนานาชาติ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่ได้มีการจัดพิมพ์เผยแพร่โดยผู้วิจัยเป็นผู้สืบค้นและรวบรวมมาใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารสาธารณะ (Public Document) คือเป็นเอกสารที่ตีพิมพ์เผยแพร่โดยหน่วยงานสาธารณะทั้งภาครัฐและเอกชน จึงได้มีการกำหนดเกณฑ์ใน

การเลือกเอกสารที่นำมาใช้ศึกษาดังนี้

1. ความจริง (Authenticity) กล่าวคือ จะต้องคัดเลือกเอกสารที่แท้จริง (Origin) โดยตรวจสอบเอกสารจากผู้เขียนหรือหน่วยงานที่จัดทำเอกสารว่ามีความน่าเชื่อถือ และข้อมูลมีความสอดคล้องกับข้อมูลอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน

2. ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) คือการพิจารณาเนื้อหาข้อความว่าไม่มีข้อมูลผิดพลาด บิดเบือน หรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงจากการที่ผู้เขียนแสดงความคิดเห็นของตนเข้าไป

3. การเป็นตัวแทน (Representativeness) กล่าวคือ จะต้องพิจารณาเอกสารว่าเอกสารดังกล่าวสามารถใช้แทนหรือเป็นแบบฉบับที่แทนเอกสารประเภทเดียวกันได้ และข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์จะต้องเป็นข้อมูลเป็นตัวแทนของประชากรได้

4. ความหมาย (Meaning) กล่าวคือ เอกสารต้องมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย และมีความจำเป็นต้องตรวจสอบเอกสารว่ามีข้อมูลที่สามารถสร้างความหมายให้กับการวิจัยได้

โดยจากเกณฑ์ในการเลือกเอกสารที่นำมาใช้ศึกษาข้างต้นทำให้สามารถกำหนดเอกสารที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่เกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารมหาวิทยาลัยเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ดังนี้ คือ กฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรการของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการลดและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในประเทศไทย ได้แก่ 1) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ การควบคุมคุณภาพ และการจัดการสุขลักษณะของการจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ ในสถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2564 2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ และมาตรการด้านสุขลักษณะป้องกันความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) สำหรับสถานประกอบกิจการ พ.ศ. 2565 และ 3) แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด



ของโรคโควิด 19 ในพื้นที่โรงอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

มาตรการและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัยเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในระดับนานาชาติ ได้แก่ 1) มาตรการจากองค์การอนามัยโลก 2) มาตรการของศูนย์ควบคุมโรคติดต่อประเทศอเมริกา 3) มาตรการของรัฐบาลประเทศเยอรมัน 4) มาตรการของประเทศอังกฤษ 5) มาตรการของประเทศออสเตรเลีย 6) ข้อกำหนดและมาตรการของประเทศฟิลิปปินส์

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาจัดทำให้เป็นระบบและหาความหมายแยกแยะและเชื่อมโยงองค์ประกอบ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยใช้เทคนิคการเปรียบเทียบข้อมูล (Comparison technique) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษา

จากการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อบังคับและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและลดการระบาดของโควิด – 19 ของประเทศไทย องค์การอนามัยโลก และรัฐบาลจากประเทศต่าง ๆ มีความหลากหลายและแตกต่างกันในหลายประเด็น การวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อหาข้อเปรียบเทียบและนำมาสู่เกณฑ์ในการออกแบบโรงอาหารของมหาวิทยาลัยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 จึงสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ศึกษาข้อบังคับด้านสาธารณสุข กฎหมาย และมาตรการจากกระทรวงสาธารณสุขของไทยที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหาร และ 2) ศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการในการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหารของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ กับของประเทศไทย

1. ผลการศึกษากฎหมายอาคารของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
โรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19

1.1 ข้อบังคับด้านสาธารณสุขและกฎหมายอาคารของไทยที่เกี่ยวข้อง
กับการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหาร

ตารางที่ 1 : ข้อบังคับ กฎหมาย และมาตรการด้านสาธารณสุขของไทยในการ
ป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหาร 3 ฉบับ

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข สถานี่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2564	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข สำหรับสถานประกอบการ พ.ศ. 2565	แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการ ระบาดของโรคโควิด 19 ในพื้นที่ โรงอาหาร กรมอนามัย
ประเด็นที่ 1 การจัดพื้นที่ภายในโรงอาหาร		
1.1 การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล		
ไม่ต่ำกว่า 1.00 ม. หรือ 4.00 ตร.ม./คน	เว้นระยะห่างอย่างเหมาะสมไม่ให้ แออัดจนอาจเกิดความเครียดการ แพร่กระจายของโรค	ไม่ต่ำกว่า 1.00 ม. หรือ 2.00 – 4.00 ตร.ม./คน
1.2 การเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะอาหาร		
-	-	เว้นระยะ 1.00 ม. และพิจารณาจัดทำ ฉากกั้น (Counter Shield) ระหว่างผู้ รับประทานอาหาร และระหว่าง คานีเอร์กับผู้ใช้บริการ
1.3 การจัดความหนาแน่นในการเข้าใช้พื้นที่		
-	-	ลดความหนาแน่นในการเข้าใช้พื้นที่ ร้อยละ 50
1.4 การจัดพื้นที่ด้านอื่น ๆ		
-	-	กำหนดให้มีทางเข้า - ออก ทางเดียว จัดพื้นที่จอดรถรับอาหารนอกทางส่วน นี้กับประทานอาหาร และเว้นระยะห่าง ระหว่างบุคคล
ประเด็นที่ 2 การติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงอาหาร		
2.1 จุดบริการทำความสะอาดมือ		
ให้มีอุปกรณ์ทำความสะอาดมือ วาง ในจุดที่สามารถใช้ได้โดยสะดวก โดยมีสภาพแวดล้อมที่การประกอบ อาหาร หรือบริการจำหน่าย อาหาร	ให้มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่และน้ำอย่าง เพียงพอ หรือจัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ หรือแอลกอฮอล์ วางไว้ในจุดที่ สามารถเอื้อมได้อย่างสะดวกและ เพียงพอ	ให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่ หรือ แอลกอฮอล์เจล หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค และสามารถให้บริการแก่ผู้กินอย่าง เพียงพอ
2.2 จุดคัดกรองก่อนเข้าพื้นที่โรงอาหาร		
มีการวัดอุณหภูมิของอุณหภูมิให้บริการ และมีการลงทะเบียนผ่านระบบที่	-	-

ประกาศกระทรวงสาธารณสุขใน สถานจำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2564	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข สำหรับสถานประกอบกิจการ พ.ศ. 2565	แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ ระบาดของโรคโควิด 19 ในพื้นที่ ร้านอาหาร กรมอนามัย
ราชการกำหนด		
2.3 การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ		
ให้เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดบริเวณการจำหน่ายอาหาร ทุกสองชั่วโมง	-	ทำสัญลักษณ์วันระยะห่างของจุด บริการ เช่น จุดบริการ การชำระเงิน จุดบริการสั่งอาหาร
ประเด็นที่ 3 การระบายอากาศ		
3.1 การระบายอากาศแบบธรรมชาติและแบบกล		
การระบายอากาศเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร 1) การระบายอากาศแบบธรรมชาติ ต้องมีประตู หน้าต่าง หรือช่องระบายอากาศด้านติดกับอากาศภายนอกเป็นพื้นที่รวมกันไม่น้อยกว่า 10% ของพื้นที่ของห้องนั้น โดยไม่นับรวมพื้นที่ของประตู หน้าต่าง และช่องระบายอากาศที่ติดต่อกับห้องอื่นหรือช่องทางเดินภายในอาคาร 2) การระบายอากาศด้วยวิธีกล - อุปกรณ์การระบายอากาศต้องทำงานตลอดเวลาระหว่างที่ปล่อยพื้นที่นั้น และการระบายอากาศต้องมีการนำอากาศภายนอกเข้ามาในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 7 เท่าของปริมาตรของห้องใน 1 ชั่วโมง และ 10 เท่าของปริมาตรของห้องใน 1 ชั่วโมงในการใช้ระบบปรับอากาศ โดยห้องครัวของสถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จะต้องมีการระบายอากาศไม่น้อยกว่า 12 เท่าของปริมาตรของห้องใน 1 ชั่วโมง - ในการระบายอากาศไปภายนอกอาคาร ต้องมั่นใจว่าไม่ได้ระบายอากาศออกไปสู่บริเวณที่มีผู้อื่นอยู่		1) การระบายอากาศแบบธรรมชาติ ทำการระบายอากาศแบบ Cross Ventilation โดยระบายอากาศผ่านหน้าต่างหรือช่องระบายผนังห้องอย่างน้อย 2 ด้าน เพื่อให้มีช่องทางไหลเข้าและออกครบสองด้าน 2) การระบายอากาศด้วยวิธีกล - ระบายอากาศให้มีปริมาณอากาศสะอาดจากภายนอกเพียงพอ โดยเฉพาะในบริเวณที่มีการระบายอากาศน้อย - สำหรับอาคารที่มีระบบปรับอากาศรวม หากไม่สามารถเพิ่มการระบายอากาศในปริมาณที่ กำหนดได้ ให้ทำการระบายอากาศในอัตราสูงสุดและต่อเนื่อง - ไม่ควรบังคับทิศทางที่ทำให้เกิดลมผ่านตัวบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง - หลีกเลี่ยงระบบปรับอากาศที่มีลักษณะอากาศหมุนเวียนมาใช้ใหม่ เว้นแต่จะมีระบบการกรองอากาศหรือมีการฆ่าเชื้อโรคก่อน

ประกาศกระทรวงสาธารณสุขใน สถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2564	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข สำหรับสถานประกอบการ พ.ศ. 2565	แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ ระบาดของโรคโควิด 19 ในพื้นที่ ร้านอาหาร กรมอนามัย
		- ในการระบายอากาศไปภายนอก อาคาร ต้องระบายอากาศออกไปสู่ บริเวณที่มีผู้ยืนอยู่ สำหรับห้องครัว ให้ติดตั้งพัดลมดูด อากาศออกไปนอกอาคารและเปิดใช้ งานขณะที่ประกอบอาหารตาม ระยะเวลาที่กำหนด สำหรับห้องส้วม ให้ใช้พัดลมดูดตลอดเวลา
3.2 การปรับปรุงคุณภาพอากาศ		
อาจติดตั้งอุปกรณ์เพิ่ม เช่น เครื่อง กรองอากาศ หรือพัดลมดูดอากาศ ให้เพียงพอ	ติดตั้งอุปกรณ์เพิ่ม เช่น เครื่องกรอง อากาศหรือพัดลมดูดอากาศให้ เพียงพอ และให้เปิดพัดลมดูด ตลอดเวลาการใช้งานห้องน้ำ	สามารถใช้เครื่องฉายรังสี อัลตราไวโอเลตเพื่อทำลายเชื้อโรค อาจมีการตรวจวัดค่า CO₂ หากค่า มากกว่า 800 ส่วน ต่อล้านส่วน (ppm) ต้องมีการพิจารณาลดจำนวน ผู้ใช้งานในพื้นที่ และเพิ่มปริมาณ อากาศจากภายนอก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อบังคับและมาตรการด้านสาธารณสุข
ของร้านอาหารเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ทั้งในประเทศและระดับ
นานาชาติ

ตารางที่ 2 : การเปรียบเทียบแนวคิดและหลักเกณฑ์การใช้พื้นที่ร้านอาหารเพื่อ
ป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ของร้านอาหารในประเทศไทย
และนานาชาติ

ประเด็นหลักเกณฑ์การใช้พื้นที่โรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19	องค์ประกอบนิเทศการปฏิบัติต่าง ๆ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. การจัดพื้นที่ภายในโรงอาหาร							
1.1 การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล							
- กำหนดให้ผู้ใช้งานห่างกันอย่างน้อย 1.80 เมตร ในระหว่างรออาหารและการใช้พื้นที่ภายในโรงอาหาร		●					
- กำหนดให้ผู้ใช้งานห่างกันอย่างน้อย 2.00 เมตร ในระหว่างรออาหารและการใช้พื้นที่ภายในโรงอาหาร				●			
- กำหนดให้ผู้ใช้งานห่างกันอย่างน้อย 1.00 เมตร ในระหว่างรออาหารและการใช้พื้นที่ภายในโรงอาหาร	●					●	●
- กำหนดให้ผู้ใช้งานห่างกันอย่างน้อย 1.50 เมตร ในระหว่างรออาหารและการใช้พื้นที่ภายในและภายนอกโรงอาหาร			●		●		
- กำหนดให้มีพื้นที่ 2 ตารางเมตร ต่อผู้ใช้ 1 คน ทั้งภายในและภายนอกอาคาร					●		●
- กำหนดให้มีพื้นที่ 4 ตารางเมตร ต่อผู้ใช้ 1 คน ทั้งภายในและภายนอกอาคาร			●		●		●
1.2 การเว้นระยะห่างโต๊ะรับประทานอาหาร							
- รักษาระยะห่างระหว่างบุคคลขณะรับประทานอาหารและรับประทานอาหารโดยจัดให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะ 3.60 เมตร โดยให้ผู้ใช้นั่งห่างกันเว้นระยะห่างในการนั่ง 1.80 เมตร และไม่ให้มีการจัดที่นั่งตรงข้ามกันโดยตรง		●					
- กำหนดให้ทุกโต๊ะเว้นระยะห่าง 1.80 เมตร ออกจากกัน		●					
- กำหนดให้ทุกโต๊ะและเก้าอี้เว้นระยะห่าง 1.00 เมตร ออกจากกัน						●	●
- ลดความหนาแน่นในการเข้าใช้พื้นที่ร้อยละ 50							●
1.4 การจัดพื้นที่ด้านอื่น ๆ							
- จัดหาเครื่องหมายการเว้นระยะที่ชัดเจนในพื้นที่ ๆ ต้องการให้มีการเว้นระยะห่าง		●	●	●			●
- กำหนดให้มีพื้นที่สำหรับผู้ให้บริการเก็บจานที่ใช้แล้วของตนได้		●					
- กำหนดให้มีจุดเข้าออกคนละทาง	●	●	●		●		

ประเด็นหลักเกณฑ์การใช้พื้นที่โรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19	องค์การอนามัยโลกและประเทศต่าง ๆ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
- กำหนดให้มีจุดเข้าออกทางเดียว							●
- กำหนดให้มีทางสัญจรทางเดียวภายในพื้นที่โรงอาหาร		●	●		●		
2. การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงอาหาร							
2.1 จุดบริการทำความสะอาดมือ							
- ให้มีอ่างล้างมือพร้อมน้ำและสบู่อย่างเพียงพอ หรือจัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ หรือแอลกอฮอล์ วางใกล้ทางเข้าออก		●	●	●		●	●
2.2 จุดคัดกรองก่อนเข้าพื้นที่โรงอาหาร							
- มีการวัดอุณหภูมิของผู้สัมผัสอาหารและผู้มาใช้บริการ และมีการลงทะเบียนผ่านระบบที่ราชการกำหนด							●
2.3 การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ							
- จัดทำป้ายมาตรการป้องกันเพื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างทั่วถึง		●	●	●			
- จัดให้มีผนังกั้นระหว่างที่นั่ง พื้นที่ตักอาหารเสิร์ฟและผู้ซื้ออาหาร เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่กระจายของโรคแต่ไม่ควรใช้แทนการเว้นระยะห่าง และจะต้องไม่กีดขวางระบบระบายอากาศ		●					●
- ในพื้นที่นอกอาคารให้ติดตั้งร่มหรือหลังคาเหนือโต๊ะอาหาร และติดตั้งหลังคาเหนือบริเวณบริการอาหาร		●					
- อุปกรณ์ที่ใช้ภายในโรงอาหารเป็นแบบไร้การสัมผัส เช่น การจ่ายเงิน และการทิ้งขยะ		●	●	●	●	●	
3. การระบายอากาศภายในอาคารโรงอาหาร							
3.1 การระบายอากาศโดยวิธีธรรมชาติ							
- นำอากาศภายนอกอาคารเข้ามาหมุนเวียนภายในอาคารให้ได้มากที่สุด	●	●	●	●	●	●	●
- เปิดระบบระบายอากาศที่มีการรับลมจากภายนอกสู่ภายในเป็นเวลา 15 นาทีก่อน - หลัง การเปิดใช้งานอาคาร			●	●			●
- เปิดระบบระบายอากาศที่มีการรับลมจากภายนอกสู่ภายในเป็นเวลา 30 นาทีก่อน - หลัง การเปิดใช้งานอาคาร						●	

ประเด็นหลักเกณฑ์การใช้พื้นที่โรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19	องค์ประกอบนิเวศวิทยาของพื้นที่ต่าง ๆ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
- ทำการระบายอากาศแบบลมผ่านอาคาร (Cross Ventilation) โดยการกำหนดให้มีการระบายอากาศผ่านหน้าต่างหรือช่องลมบนผนังห้องอย่างน้อย 2 ด้านของอาคาร โดยมีระยะห่างระหว่างช่องเปิดไม่เกิน 15.00 เมตร ส่งผลให้มีการกระจายอากาศได้ทั่วถึงครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของอาคาร				●			●
- ในกรณีที่มีช่องเปิดได้เพียงด้านเดียว จะต้องทำการเปิดช่องเปิดตลอดแนวมุมหนึ่ง โดยความสูงของห้องจะต้องไม่เกินสองเท่าของความกว้างของห้องนั้น				●			
- มีช่องเปิดสำหรับการระบายอากาศด้วยวิธีธรรมชาติมากกว่า 10 % ของพื้นที่ใช้สอยของอาคาร							●
3.2 การระบายอากาศโดยวิธีกล							
- ติดตั้งพัดลมให้ใกล้กับหน้าต่างเพื่อระบายลมไปด้านนอกให้มากที่สุด		●		●		●	
- มีการระบายอากาศในเวลาที่ไม่ได้ใช้งานเพื่อเพิ่มการระบายอากาศโดยธรรมชาติในอาคาร		●	●				
- เปิดระบบระบายอากาศเพื่อให้มีการรับลมจากภายนอกสู่ภายในเป็นเวลา 2 ชั่วโมงก่อน - หลัง การเปิดใช้งานอาคาร	●	●	●	●			●
- การติดตั้งระบบปรับอากาศควรต้องเปิดวาล์วปรับปริมาณลมจากภายนอกให้สูงกว่าค่าต่ำสุด เพื่อให้อากาศจากภายนอกหมุนเวียนเข้าสู่อาคารได้		●		●			
- ติดตั้งอุปกรณ์ระบายอากาศให้ทำงานเต็มประสิทธิภาพเพื่อให้อัตราไหลของอากาศสูงสุด และหลีกเลี่ยงการใช้หม้อต้มน้ำดื่มหรือหม้อต้มน้ำดื่มพลังงาน	●			●			
- ใช้พัดลมระบายอากาศในตำแหน่งของหน้าจั่วหลังคา บริเวณหลังคาและมุมเอียงเพื่อระบายลมไปด้านนอกให้มากที่สุด		●					
- ใช้พัดลมเพดานในการเพิ่มการไหลเวียนอากาศภายในห้อง					●		
- ตรวจสอบและบำรุงรักษากระบบระบายอากาศในห้องครัว พื้นที่ประกอบอาหาร และห้องน้ำ ซึ่งควรจะต้องมีการระบายอากาศตลอดเวลาที่มีการใช้งาน		●	●	●	●	●	●
- หลีกเลี่ยงระบบปรับอากาศที่มีลักษณะนำอากาศหมุนเวียนมาใช้ใหม่เว้นแต่จะได้มีระบบการกรองอากาศหรือมีการฆ่าเชื้อโรคก่อน		●	●		●		●

ประเด็นหลักเกณฑ์การใช้พื้นที่โรงอาหารเพื่อป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19	องค์การอนามัยโลกและประเทศต่าง ๆ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
- ในการระบายอากาศไปภายนอกอาคาร จะต้องไม่ทำการระบายอากาศออกไปสู่บริเวณที่มีผู้อื่นประกอบกิจกรรมอื่น ๆ			●	●			●
- ควบคุมเส้นทางการระบายอากาศไม่ให้อากาศหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง			●	●	●	●	
- ควบคุมเส้นทางการระบายอากาศจากพื้นที่สะอาดไปยังพื้นที่สกปรก น้อยกว่า และระบายต่อไปยังพื้นที่สกปรก โดยช่องอากาศเข้าและช่องระบายอากาศออกควรเว้นระยะห่างอย่างน้อย 5 เมตร เพื่อลดการหมุนเวียนเอาอากาศที่ระบายออกกลับเข้ามาสู่อาคารน้อยที่สุด				●			
- สำหรับอาคารที่มีระบบปรับอากาศรวม หากไม่สามารถเพิ่มการระบายอากาศในปริมาณที่ กำหนดได้ ให้ทำการระบายอากาศในอัตราที่สูงสุด และต่อเนื่อง							●
- ในกรณีใช้เครื่องปรับอากาศแบบหมุนเวียนอากาศภายในอาคาร ควรได้รับการกรองอากาศอย่างเหมาะสม และควรจัดให้มีช่องเปิดเพื่อรับอากาศจากภายนอกเข้าไปในอาคารก่อนจะทำการหมุนเวียนอากาศกลับมาใช้			●				●
- เปิดช่องเปิดระบายอากาศเป็นระยะและใช้เครื่องฟอกอากาศเมื่อไม่สามารถเปิดช่องเปิดอย่างต่อเนื่องได้					●		
3.2 การปรับปรุงคุณภาพอากาศ							
- ตรวจสอบค่า Co2 เพื่อให้ทราบคุณภาพของอากาศ			●	●	●	●	
- ติดตั้งระบบเครื่องฟอกอากาศโดยใช้แผ่นกรองประสิทธิภาพสูง (High Efficiency Particulate Air Filter)	●	●	●	●	●	●	●

3. ผลการพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่โรงอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19

จากการศึกษา วิเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูลในเรื่องข้อบังคับกฎหมายของประเทศไทยกับมาตรการในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับโรงอาหารเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 สามารถพิจารณาเพื่อสรุปเป็นเกณฑ์การออกแบบ

โรงอาหารมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ได้ดังนี้

3.1 เกณฑ์การจัดพื้นที่ภายในโรงอาหาร

3.1.1 การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล

การเว้นระยะห่างเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการคำนวณหาพื้นที่ในการออกแบบอาคารโรงอาหาร ในกรณีที่ต้องการให้มีความปลอดภัยสูงสุด ควรคำนวณพื้นที่ของโรงอาหารให้สามารถมีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1.00 – 2.00 เมตร ตามมาตรฐานการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลในระดับนานาชาติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรการการจัดการโรงอาหารภายใต้กำกับดูแลและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2563)

3.1.2 การเว้นระยะระหว่างโต๊ะทานอาหาร

คำนวณพื้นที่และจัดระยะห่างระหว่างกึ่งกลางโต๊ะ 2.00 – 4.00 เมตร ตามการกำหนดระยะห่างระหว่างบุคคลที่ 1.00 – 2.00 เมตร

3.1.3 การจำกัดความหนาแน่นในการเข้าใช้พื้นที่

คำนวณขนาดของพื้นที่ให้สามารถรองรับการถูกกำหนดให้ใช้งานได้เพียง 50% ของพื้นที่ทั้งหมดและยังเพียงพอต่อการใช้งาน

3.1.4 การจัดการพื้นที่ด้านอื่น ๆ

ออกแบบให้มีพื้นที่นั่งคอยแยกออกจากพื้นที่ทานอาหารเพื่อรองรับผู้ใช้ที่ต้องการซื้อกลับไปทานที่บ้านหรือพนักงานบริการส่งอาหาร มีพื้นที่เก็บจานที่ใช้แล้ว รวมถึงกำหนดให้ทางเข้า – ออกของโรงอาหารเป็นคนละทาง และกำหนดให้มีทางสัญจรทางเดียวเพื่อลดความแออัดของการสัญจรบริเวณเข้าออกและเส้นทางสัญจรของพื้นที่

3.2 เกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงอาหาร

3.2.1 จุดบริการทำความสะอาดมือ

ออกแบบพื้นที่ทางเข้า - ออกโรงอาหารและพื้นที่หน้าร้านให้

มีอ่างล้างมือหรือจุดบริการล้างมือ

3.2.2 จุดคัดกรองก่อนเข้าพื้นที่โรงอาหาร

ออกแบบพื้นที่เข้าออกให้มีจุดคัดกรองเพื่อวัดอุณหภูมิของผู้เข้าใช้บริการ และให้มีพื้นที่สำหรับติดป้ายประชาสัมพันธ์มาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคอย่างทั่วถึง

3.2.3 การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ

ออกแบบให้พื้นที่นั่งภายนอกโรงอาหารมีหลังคาคลุมในส่วนที่มีการขายอาหารหรือมีพื้นที่สำหรับการติดตั้งร่มเหนือพื้นที่โต๊ะอาหาร และให้มีห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อให้สามารถใช้ทำความสะอาดได้สะดวกตลอดพื้นที่การใช้งาน รวมถึงจะต้องออกแบบฝาผนังและพื้นที่การใช้งานให้รองรับอุปกรณ์แบบไร้การสัมผัส เช่น ก๊อกน้ำ เครื่องกดสบู่อัตโนมัติ ถังขยะที่ไม่ต้องใช้มือสัมผัส และการจ่ายเงินด้วยการใช้บาร์โค้ด

3.3 เกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการระบายอากาศ

3.3.1 การระบายอากาศแบบธรรมชาติและแบบกล

ออกแบบให้มีช่องเปิดไม่น้อยกว่า 10% ของพื้นที่อาคาร โดยช่องเปิดจะต้องสามารถทำให้ลมพัดผ่านได้ (Cross ventilation) คือกำหนดให้ช่องเปิดอย่างน้อย 2 ด้าน โดยให้มีระยะห่างระหว่างช่องเปิดไม่เกิน 15.00 เมตร ในกรณีที่มีช่องเปิดได้เพียงด้านเดียว จะต้องทำการเปิดช่องเปิดตลอดแนวผนัง โดยความสูงของห้องจะต้องไม่เกินสองเท่าของความกว้างของห้องนั้น

ในกรณีที่มีการติดตั้งระบบปรับอากาศจะต้องมีช่องเปิดสำหรับระบายอากาศมากพอ และคำนึงถึงทิศทางการเคลื่อนที่ของอากาศไม่ให้อากาศที่ต้องการระบายออกจากภายในสู่ภายนอกไปสู่บริเวณที่มีผู้อื่นใช้งานอยู่ในกรณีที่เป็ระบบหมุนเวียนอากาศกลับมาใช้ใหม่ จะต้องมึระบบการกรองอากาศหรือฆ่าเชื้อโรคก่อน นอกจากนี้ยังสามารถใช้พัดลมดูดอากาศร่วมกับการใช้เครื่องปรับอากาศได้

การติดตั้งพัดลมดูดอากาศ จะต้องติดตั้งในห้องน้ำ บริเวณ หน้าจั่วหลังคา บริเวณหลังคา และมุมอับเพื่อระบายลมไปด้านนอกให้มากที่สุด โดยออกแบบให้สามารถกำหนดทิศทางการระบายอากาศของลมจากพื้นที่ที่สะอาดไปยังพื้นที่ที่สะอาดน้อยกว่า และช่องอากาศเข้าและช่องระบายอากาศออกควรเว้นระยะห่างอย่างน้อย 5 เมตร เพื่อลดการหมุนเวียนเอาอากาศที่ระบายออกกลับเข้ามาสู่อาคารน้อยที่สุด

3.3.2 การปรับปรุงคุณภาพอากาศ

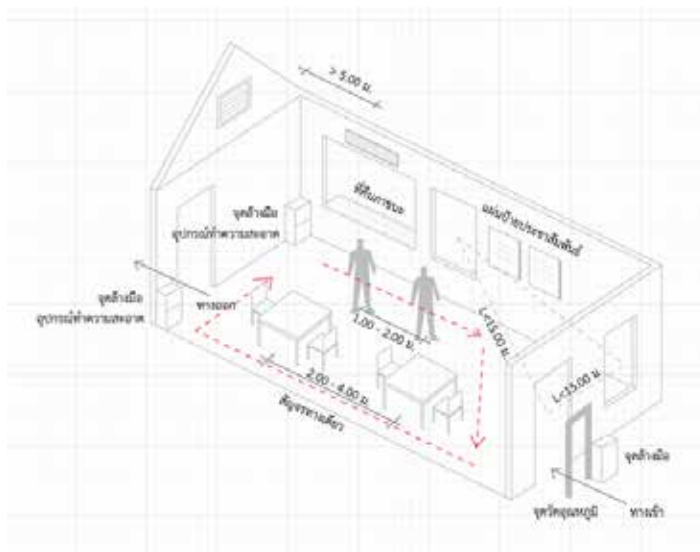
ออกแบบพื้นที่ให้รองรับการใช้เครื่องกรองอากาศแบบใช้แผ่นกรองประสิทธิภาพสูง (High Efficiency Particulate Air Filter) และรองรับการใช้เครื่องฉายรังสีอัลตราไวโอเลต

สรุปผล

จากการศึกษาข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรการของประเทศไทย ในการป้องกันและลดการแพร่กระจายของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหารพบว่า มีแนวทางในการกำหนดการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลไม่ต่ำกว่า 1.00 เมตร พร้อมทำสัญลักษณ์จุดที่ต้องเว้นระยะห่าง และเว้นระยะระหว่างโต๊ะทานอาหาร 1.00 เมตร โดยพิจารณาทำฉากกั้นหากไม่สามารถเว้นระยะโต๊ะทานอาหารได้ตามที่กำหนด นอกจากนี้ยังมีมาตรการให้ลดความหนาแน่นในการใช้พื้นที่ 50% อีกทั้งกำหนดให้มีทางเข้า-ออก ทางเดียวและมีจุดคัดกรอง รวมถึงจะต้องจัดให้มีจุดทำความสะอาดมืออย่างเพียงพอ ในด้านการระบายอากาศทางธรรมชาติได้มีการกำหนดให้มีช่องเปิดไม่น้อยกว่า 10% ของพื้นที่อาคาร และสามารถระบายอากาศแบบ Cross Ventilation ได้ ส่วนการระบายอากาศแบบกลูกกำหนดให้มีการนำอากาศจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่ภายในไม่ต่ำกว่า 7-10 เท่าของปริมาตรห้องใน 1 ชั่วโมง และจะต้องมีการติดตั้งพัดลมดูดอากาศและเครื่องตรวจวัดคาร์บอนไดออกไซด์เพื่อเพิ่มคุณภาพการระบายอากาศ รวมถึง

การกำหนดทิศทางการระบายอากาศไม่ให้ไปสู่พื้นที่ ๆ มีบุคคลอื่นใช้งาน เมื่อนำข้อกำหนดและมาตรการทางสาธารณสุขของประเทศไทยมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับมาตรการด้านสาธารณสุขของร้านอาหารเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในระดับนานาชาติ พบว่ามาตรการทางสาธารณสุขในระดับนานาชาติมีความคล้ายคลึงกับมาตรการทางสาธารณสุขของไทยในด้านการระบายอากาศทั้งด้วยวิธีธรรมชาติและวิธีกล หากแต่มีข้อแตกต่างที่ชัดเจนในด้านของการจัดการพื้นที่ เช่น การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลตามข้อกำหนดของนานาชาติมีระยะที่มากกว่าคือ 1.50 – 2.00 เมตร การเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะคือ 1.80 – 3.60 เมตร และกำหนดให้มีจุดเข้า-ออกของพื้นที่คนละทาง และกำหนดให้เป็นการสัญจรแบบทางเดียว เพื่อลดความหนาแน่นในการสัญจร ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่ร้านอาหารของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 โดยพิจารณาให้มีเกณฑ์ในการออกแบบร้านอาหารมหาวิทยาลัย คือ 1) เกณฑ์การจัดพื้นที่ภายในร้านอาหาร 2) เกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านอาหาร และ 3) เกณฑ์การระบายอากาศของอาคารร้านอาหาร โดยเกณฑ์การจัดพื้นที่ภายในร้านอาหารจะต้องมีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1- 2 เมตร และเว้นระยะระหว่างโต๊ะอาหาร 2 – 4 เมตร รวมถึงกำหนดให้ทางเข้า-ออกของร้านอาหารเป็นคนละทางและให้มีทางสัญจรทางเดียว การติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านอาหารจะต้องมีการออกแบบพื้นที่รองรับจุดบริการทำความสะอาดอย่างเพียงพอและมีพื้นที่ในการติดป้ายประชาสัมพันธ์มาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคอย่างทั่วถึง ทั้งนี้จะต้องมีการคำนึงถึงการออกแบบพื้นที่ภายนอกอาคารโดยให้มีหลังคาคลุมในส่วนที่มีการขายอาหารหรือติดตั้งร่มเหนือพื้นที่โต๊ะอาหาร และให้มีพื้นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดอย่างเพียงพอ ในส่วนของเกณฑ์การออกแบบพื้นที่เพื่อการระบายอากาศ จะต้องสามารถทำให้ลมพัดผ่านได้ (Cross ventilation) คือกำหนดให้มีช่องเปิดอย่างน้อย 2 ด้าน โดยให้มีระยะห่างระหว่างช่องเปิดไม่

เกิน 15.00 เมตร ในกรณีที่มีช่องเปิดได้เพียงด้านเดียว จะต้องทำการเปิดช่องเปิดตลอดแนวนั้น ซึ่งความสูงของห้องจะต้องไม่เกินสองเท่าของความกว้างของห้องนั้น ในกรณีที่มีการติดตั้งระบบปรับอากาศจะต้องมีช่องเปิดสำหรับระบายอากาศ และคำนึงถึงทิศทางการเคลื่อนที่ไม่ให้อากาศระบายออกจากภายในสู่ภายนอกไปสู่บริเวณที่มีผู้อื่นใช้งานอยู่ ในกรณีที่ระบบหมุนเวียนอากาศกลับมาใช้ใหม่ จะต้องติดตั้งพัดลมดูดอากาศในห้องน้ำและห้องครัว ซึ่งจะต้องเปิดให้มีการระบายอากาศตลอดเวลา โดยออกแบบกำหนดทิศทางการระบายอากาศจากพื้นที่สะอาดไปยังพื้นที่สะอาดน้อยกว่า และช่องระบายอากาศเข้าและออกควรเว้นระยะห่างอย่างน้อย 5 เมตร เพื่อลดการหมุนเวียนเอาอากาศที่ระบายออกกลับเข้ามาสู่อาคารน้อยที่สุด



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงเกณฑ์การออกแบบโรงอาหารมหาวิทยาลัยเพื่อป้องกัน
และลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่ามาตรการเว้นระยะห่าง การจำกัดจำนวนผู้ใช้ และการระบายอากาศของทั้งประเทศไทยและในระดับนานาชาติเป็นเกณฑ์สำคัญในการลดการแพร่กระจายของโควิด-19 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Liu (2021) โดยงานวิจัยของ Srivastava (2021) และ Rivas (2021) นำเสนอการใช้การระบายอากาศทั้งแบบธรรมชาติและแบบกลโดยใช้การวัดค่าคาร์บอนได้ออกไซด์เป็นมาตรวัดคุณภาพในอากาศสอดคล้องกับแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในโรงอาหารของกรมอนามัยและมาตรการของรัฐบาลอังกฤษและออสเตรเลีย ซึ่งการติดตั้งระบบระบายอากาศจะต้องได้รับการออกแบบที่ถูกต้องตามหลักการและทฤษฎีการระบายอากาศตามผลการศึกษาของ Ashley et al. (2021) ที่กล่าวว่าหากมีการระบายอากาศทางธรรมชาติไม่ถูกต้อง อาจทำให้เกิดโอกาสในการแพร่กระจายของเชื้อโควิด-19 สูงกว่าเดิม ซึ่งจากมาตรการในการลดการแพร่กระจายโรคโควิด-19 ของประเทศไทย อังกฤษ และออสเตรเลียได้ระบุวิธีการระบายอากาศทางธรรมชาติด้วยการกำหนดระยะห่างระหว่างช่องเปิด จำนวนช่องเปิด ความสูงของพื้นที่ และทิศทางการระบายอากาศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศทางธรรมชาติเพื่อลดการแพร่กระจายของไวรัสในอากาศ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่และระบบระบายอากาศของอาคารโรงอาหารเพื่อแก้ไขปัญหาการจัดการพื้นที่และการระบายอากาศที่พบได้ทั่วไปของโรงอาหารของมหาวิทยาลัยในหลายประเทศที่อาจยังไม่สอดคล้องกับมาตรการทางสาธารณสุขที่รัฐบาลหรือองค์กรอนามัยโลกกำหนดไว้ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่ามาตรการและข้อกำหนดทางด้านสาธารณสุขเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของประเทศต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หากแต่มีรายละเอียดของมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการศึกษามาตรการของประเทศต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นจะช่วยในการพัฒนารายละเอียดของเกณฑ์การ



ออกแบบโรงอาหารเพื่อลดการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 ให้มีความละเอียดและมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 มาตรการเพื่อป้องกันและลดการแพร่กระจายของโรคโควิด – 19 ในพื้นที่โรงอาหารมีจำนวนมากและมีรายละเอียดหลากหลายแตกต่างกันไปตามการพิจารณาขององค์กรและรัฐบาลของแต่ละประเทศ การศึกษามาตรการของประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ผู้ศึกษาได้ทำการวิจัยสามารถทำให้ผลการศึกษางานวิจัยมีความละเอียดในการกำหนดเกณฑ์การออกแบบโรงอาหารเพื่อลดการกระจายของโรคโควิด-19 เพิ่มขึ้น

1.2 ผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์พื้นฐานการออกแบบโรงอาหารหรืออาคารสาธารณะขององค์กรในระดับอื่น ๆ หรือใช้ในการพิจารณาเพื่อการป้องกันโรคที่มีลักษณะการระบาดคล้ายคลึงกันที่อาจจะมีการอุบัติใหม่ในอนาคต

1.3 ผลการศึกษาครอบคลุมเฉพาะโรคโควิด – 19 ที่เกิดขึ้นจนถึงปี พ.ศ. 2565 ในกรณีที่เกิดการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัส อาจจะทำให้เกณฑ์การออกแบบบางเกณฑ์ไม่สามารถใช้ได้

2. ข้อเสนอสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยไม่ได้ครอบคลุมถึงการศึกษเกี่ยวกับด้านความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะในด้านการศึกษาเพื่อหาจำนวนที่นั่งของโรงอาหารเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการลงทุนภายใต้การระบาดของโรคโควิด – 19

2.2 การศึกษาเกณฑ์ในการออกแบบเฉพาะพื้นที่ สามารถทำได้โดยการศึกษากลุ่มประชากรตัวอย่างโดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านความพึงพอใจและความคิดเห็นในการพัฒนาเกณฑ์ที่เหมาะสม

กับพื้นที่นั้น ๆ

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย. (2564). *คำแนะนำการระบายนกอากาศ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2565, จาก https://covid19.anamai.moph.go.th/webupload/2xdccaaf3d7f6ae30ba6ae1459eaf3dd66/m_document/6736/35234/file_download/73e5e3a500c252afc224d0b6085c59dd.pdf.
- คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2563). *มาตรการกำกับดูแลและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.cmu.ac.th/CMUArticle/ArticleDownload.aspx?id=0f0c3685-2f5f-4045-9b62-a191ce5ec5c2>.
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ การควบคุมคุณภาพและการจัดการสุขลักษณะของการจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ ในสถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2564. (2564, พutschิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 138 ตอนพิเศษ 269, 38-42.
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ และมาตรการด้านสุขลักษณะ ป้องกันความเสี่ยง จากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID - 19) สำหรับสถานประกอบกิจการ พ.ศ. 2565. (2564, กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 163, 7-10.
- Ashley Styczynski, Caitlin Hemlock, Kazi Injamamul Hoque, Renu Verma, Chris LeBoa, Md. Omar Faruk Bhuiyan, Auddithio Nag,



- Md. Golam Dostogir Harun, Mohammed Badrul Amin, Jason R Andrews. (2021, June). *Ventilation and detection of airborne SARS-CoV-2: elucidating high-risk spaces in naturally ventilated healthcare settings. BMJ Open.* 12(4), Retrieved from <https://bmjopen.bmj.com/content/12/4/e055206>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2022). *Operational Guidance for K-12 Schools and Early Care and Education Programs to Support Safe In-Person Learning.* Retrieved January 23, 2022, from <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/schools-childcare/k-12-guidance.html#physical-distancing>
- Rivas,E., Santiago. J. L., Martin, F. & Martilli, A. (2022). *Impact of natural ventilation on exposure to SARS-CoV 2 in indoor/ semi-indoor terraces using CO2 concentrations as a proxy .* Retrieved January 23, 2022 from,<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352710221015837>
- Fisher, K.A. (2020). *Community and Close Contact Exposures Associated with COVID-19 Among Symptomatic Adults ≥18 Years in 11 Outpatient Health Care Facilities - United States.* Retrieved from <http://dx.doi.org/10.15585/mmwr.mm6938a7>.
- Srivastava, Sh., Zhao, X., AtiManay & Chen, Q. (2021). *Effective ventilation and air disinfection system for reducing coronavirus disease 2019 (COVID-19)*

infection risk in office buildings. Retrieved January 23, 2022 from, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670721006818>

World Health Organization. (2020). *Considerations for school-related public health measures in the context of COVID-19: annex to considerations in adjusting public health and social measures in the context of COVID-19.* Retrieved April, 10, 2022, from [https:// www.who.int/publications/i/item/considerations-for-school- related-public-health-measures-in-the-context-of-covid-19](https://www.who.int/publications/i/item/considerations-for-school-related-public-health-measures-in-the-context-of-covid-19)

Liu, Zh., LiYan, R., RanJu, W. & Gao, N. (2021).

Numerical study on the effect of diner divider on the airborne transmission of diseases in canteens. Retrieved April 10, 2022, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378778821004552>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม

Factors Effecting Operating Employee's Making Decision to
Work in Rajabhat Mahasarakham University

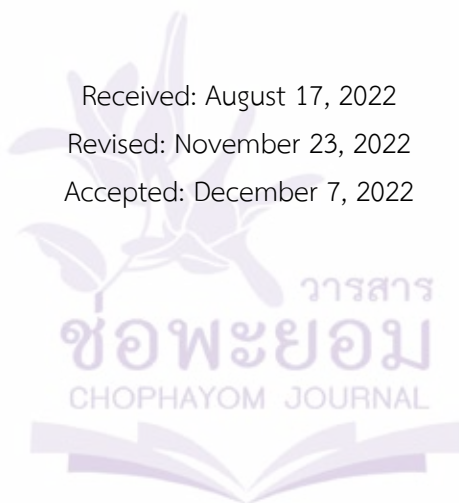
มัฆวา ยี่สารพัฒน์¹

Makkawa Yeesarapat²

Received: August 17, 2022

Revised: November 23, 2022

Accepted: December 7, 2022



¹กองบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Personnel Management Division, Office of the President, Rajabhat
Maha Sarakham University
(Email: wayupat_k@hotmail.com)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มาสมัครสอบคัดเลือกปีงบประมาณ 2559 และ 2560 โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จำนวน 138 คน สามารถสรุปประเด็นการศึกษาตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.12 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.88 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.17 รองลงมา อายุ 31-40 ปี เป็นร้อยละ 40.58 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.56 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาคือ ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 21.01 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 7.97 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านค่านิยม ตามลำดับ และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านลักษณะงาน และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ตามลำดับ



3. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ควรมีระดับเงินเดือน ที่เหมาะสมระหว่างงบรายได้และงบประมาณ คิดเป็นร้อยละ 45.05 องค์กรควรมีนโยบายการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20.88 และองค์กรควรให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล คิดเป็นร้อยละ 9.89 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัย, อิทธิพล, การตัดสินใจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Abstract

This research aimed to study factors effecting decision making of operating employees in working for Rajabhat Maha Sarakham University. The sample group for this research were applicants who applied for jobs during fiscal year 2016 – 2017. The size of sample group was determined using the Krejcie and Morgan table (Krejcie and Morgan 1970 : 607-610). Stratified Random Sampling was used to select the 138 samples. The research study concluded the following:

1. General information of the respondents

58.12 percent of the respondents were female and 41.88 were male. 55.17 percent were under 30 years of age and 40.58 were in the ages of 31-40. Most of the respondents—62.56 percent—were single. 63.77 percent of the respondents had a master's degree, while 21.01 had a doctoral, 7.97 bachelor's or equivalent, and 7.25 lower, respectively.

2. Factors effecting decision making of operating employees in working for Rajabhat Maha Sarakham University

The respondents' opinions on the factors effecting their decisions, overall, were at the highest level ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.24). Gathering from the results of all the factors, at the highest level were 5 factors: compensation and welfare, career stability, career development, reputation of organization, and organizational values, in descending order. 3 factors were at high level: workplace relationship, work nature, and self-development and learning opportunities, respectively.

3. Suggestions from the respondents towards the factors effecting their decision making in working for Rajabhat Maha Sarakham University.

Top 3 of the respondents' suggestions were, employees' pay rates allocated from both the university's income and the government budgets should be appropriately and equally paid—45.05 percent, more appropriate annual pay rate promotion policies should be established—20.88 percent, and result-based work performance needs to be emphasized, 9.89 percent respectively.

Keywords: Factors, Effecting, Decision Making, Rajabhat Maha Sarakham University

บทนำ

ทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เนื่องด้วยทรัพยากรบุคคลเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจและกิจการ บุคลากรใน

องค์กรจึงมีบทบาทสำคัญทั้งการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นในปัจจุบันองค์กรแต่ละแห่งจึงหันมาให้ความสนใจกับการจัดการทรัพยากรบุคคลกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่องค์กรจะมีบุคลากรที่มีความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กรไปได้นั้น องค์กรจะต้องมีการจัดการด้านบุคลากร ทั้งด้านการคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่ส่งเสริมกับตำแหน่ง หน้าที่ที่ได้รับ ในขณะที่เดียวกันองค์กรก็ต้องสร้างความพึงพอใจในรูปแบบสวัสดิการต่าง ๆ ที่ดีให้กับบุคลากรของตนเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้เต็มกำลังความสามารถ เพื่อที่จะช่วยนำองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ การสรรหาเป็นกระบวนการของการแสวงหาผู้สมัครที่พอจะหาได้และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ต้องการในองค์กร (Carrell et al, 1992) เป็นกระบวนการเสาะหาคนที่มีความรู้ ความสามารถและความสนใจในการทำงาน รวมถึงการจัดการต่าง ๆ ตั้งแต่การสรรหาบุคคลทั้งด้านจำนวนและคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการและเป้าหมายขององค์กรมาเพื่อทดสอบ คัดเลือกบุคลากรที่ดีที่สุดและบรรจุให้ทำงานตามตำแหน่งต่าง ๆ (Crouch & Jamison, 1995)

การสรรหาบุคลากรจึงนับเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างคุณภาพให้กับองค์กรในระยะยาวเพราะหากองค์กรสามารถจูงใจ ให้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตำแหน่งมาสมัครเพื่อรับการคัดเลือกนั้น องค์กร ก็จะมีโอกาสในการที่จะได้พนักงานที่มีคุณภาพมาร่วมงานสูงและบุคคลเหล่านั้นก็จะเป็กำลังในการพัฒนาองค์กรให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรไม่ได้คนที่มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมมาสมัครงาน ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพียงใด องค์กรนั้นอาจจะต้องเผชิญปัญหาที่กระทบเป็นลูกโซ่ จากปัญหาความไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงานของบุคลาการดังกล่าว ดังนั้นองค์กรหลายองค์กรที่ตระหนักถึง ความสำคัญของการได้มา ของทรัพยากรบุคคลที่จะมีผลต่อความสำเร็จหรือ

ล้มเหลวขององค์กรจึงยินดีจัดสรรงบประมาณเพื่อการสรรหาบุคลากร ที่เหมาะสมมาร่วมงาน (สุนันทา เลาहनันท์, 2542)

ปี พ.ศ. 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้มีการสอบแข่งขันเพื่อคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานแทนอัตราที่ว่างลงและอัตราที่เพิ่มขึ้นใหม่ จำนวน 18 อัตรา โดยแยกเป็นสายวิชาการจำนวน 14 อัตรา และสายสนับสนุน 4 อัตรา โดยมีผู้มาสมัครเพื่อทำการสอบคัดเลือกทั้งสิ้นจำนวน 163 คน ทั้งผู้สำเร็จการศึกษาใหม่และผู้ที่ต้องการย้ายงานให้ความสนใจในการเข้ามาทำงานกับมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวนต่ออัตราที่รับสูงถึง 1 ต่อ 9

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารงานบุคคลและต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจาก ทฤษฎี เอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ อุปสงค์แรงงานและอุปทานแรงงาน เป็นต้น เพื่อเป็นสารสนเทศพื้นฐานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามจะได้เตรียมไว้เป็นข้อมูล ในการบริหารและพัฒนามหาวิทยาลัยรวมทั้งการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ครั้งนี้เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative

Research) จากการศึกษาข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) การสำรวจครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือขั้นตอน และวิธีการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มาสมัครสอบคัดเลือก ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 95 คน และปีงบประมาณ 2560 จำนวน 74 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มาสมัครสอบคัดเลือก ปีงบประมาณ 2559 และ 2560 โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จำนวน 138 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะและเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามแบบปลายเปิด ดังนี้ ตอนที่ 1 คือส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 คือแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่างในระหว่างการรับสมัครสอบคัดเลือก เพื่อเข้าปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม ทางสถิติ (IBM SPSS Statistics)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ใช้วิธีประมวลทางด้านหลักสถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยรวมและเป็นรายด้าน

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยได้เสนอ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 61.59 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.41 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 40.58 อายุ 41-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 75.36 รองลงมามีสถานภาพสมรส 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.01 และสถานภาพหย่าร้างจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.63 ตามลำดับ

ส่วนใหญมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาคือ ระดับปริญญาเอก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ

21.01 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.97 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.06) ด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.09) ด้านโอกาส การเจริญก้าวหน้าในงาน ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.13) ด้านชื่อเสียงองค์กร ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.18) และด้านค่านิยม ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.24) ตามลำดับ และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.74) ด้านลักษณะงาน ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.23) และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.35) ตามลำดับ

2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านลักษณะงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นระดับมาก 4 ข้อ สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ต้องการงานที่จะมีอำนาจความรับผิดชอบในงาน และอิสระในการเลือกวิธีปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.77) ต้องการงานที่มีลำดับขั้นตอนการทำงานชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.76) คำนึงถึงลักษณะงานที่ท่านพึงพอใจเป็นหลักเมื่อท่านจะเลือกทำงานในองค์กร ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.75) และท่านชอบงานที่มีความน่าสนใจ ทำหายความสามารถ ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.82) ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ คำนึงถึงลักษณะของงานที่มีรูปแบบและภาระงานชัดเจน

($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.86)

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ จะเลือกทำงาน ในองค์กรที่มีการส่งเสริมให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.75) จะเลือกทำงานในองค์กรที่มีการเผยแพร่ความรู้ใหม่ๆ อย่างทันท่วงทีและทั่วถึง ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.78) และจะเลือกทำงานในองค์กรที่ให้โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีโอกาส ในการเพิ่มเงินเดือนอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.13) นโยบายการเลื่อนตำแหน่งขององค์กรมีความยุติธรรม ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.65) และความเป็นไปได้ของการเจริญก้าวหน้าในงานมีความชัดเจน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านความมั่นคงในงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการทำงาน ในองค์กรที่ไม่เลิกจ้างพนักงานโดยง่าย ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.37) สามารถทำงานกับองค์กรจนกว่าจะเกษียณอายุ ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.37) และมีความรู้สึกรับประกัน

ในอาชีพการงาน ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ให้การยอมรับและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.37) องค์กรมีการทำงานแบบเป็นพี่เป็นน้อง มีความเป็นกันเองไม่มีลำดับชั้นในการทำงานมาก ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.58) เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือกับในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจและเต็มความสามารถ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.63) และเพื่อนร่วมงานมีจิตใจเอื้ออารีต่อกัน ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ ในขณะที่เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือกับในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ และเต็มความสามารถ ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 0.33) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ องค์กรมีสวัสดิการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ วันหยุดลาพักร้อน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.36) ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.51) และองค์กรมีนโยบายการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

2.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านชื่อเสียงองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ องค์กรมีชื่อเสียง ในด้านการให้ความสำคัญกับบุคลากร ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.37) องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.71) และองค์กรมีชื่อเสียงต่อคนในชุมชน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

2.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านค่านิยม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ต้องการงานในองค์กร ที่ให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.37) ต้องการงานในองค์กรที่มีตำแหน่งที่ได้รับ การยกย่องในสังคม ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.69) และต้องการงานในองค์กรที่ทำให้ท่านได้รับเกียรติยศจากการทำงาน ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ควรมีระดับเงินเดือนที่เหมาะสมระหว่างบรายได้และ งบประมาณดิน ร้อยละ 45.05 องค์กรควรมีนโยบายการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม ร้อยละ 20.88 และองค์กรควรให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล ร้อยละ 9.89 ตามลำดับ

สรุปผล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานใน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สามารถสรุปประเด็นการศึกษาตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.12 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.88 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.17 รองลงมา อายุ 31-40 ปี เป็นร้อยละ 40.58 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.56 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาคือ ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 21.01 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 7.97 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านค่านิยม ตามลำดับ และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านลักษณะงาน และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ควรมีระดับเงินเดือน ที่เหมาะสมระหว่างงบรายได้และงบประมาณดิน องค์กรควรมีนโยบายการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม และองค์กรควรให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน ด้านชื่อเสียงองค์กรและด้านค่านิยม ตามลำดับ และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านลักษณะงาน และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ตามลำดับ

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยภาพรวม

รายการ/กิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ลักษณะงาน	4.28	0.23	มาก
โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	4.09	0.35	มาก
โอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน	4.68	0.13	มากที่สุด
ความมั่นคงในงาน	4.74	0.09	มากที่สุด
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.44	0.74	มาก
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	4.76	0.06	มากที่สุด
ชื่อเสียงองค์กร	4.66	0.18	มากที่สุด
ค่านิยม	4.60	0.24	มากที่สุด
รวม	4.53	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก

เข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ระดับมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.06) ด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.09) ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้าในงาน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.13) ด้านชื่อเสียงองค์กร ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.18) และด้านค่านิยม ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.24) ตามลำดับ และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.74) ด้านลักษณะงาน ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.23) และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.35) ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของสวัสดิศรี จิระประเสริฐกุล (2556) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ด้านการค้นหาลู่ทางเลือกและด้านการเลือกทางเลือกมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ข้อมูลที่ได้ค้นคว้ามานั้นมาจากการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดให้ตัวเองโดยการพิจารณารายได้ที่จะได้รับ โอกาสในหน้าที่การงาน ความภาคภูมิใจ รวมทั้งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Fremont Shull (นวลจันทร์, 2552) ที่กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจนั้นเกิดจากการใช้ดุลพินิจพิจารณาซึ่งข้อเท็จจริงและค่านิยมของแต่ละบุคคล ในการเลือกทางเลือกที่คิดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ นั่นจึงเป็นเหตุผลของการได้มาซึ่งความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จากผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลาออกของพนักงาน

1.2 เพื่อศึกษาวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรประกอบ

ต่าง ๆ ในการจ้างงานให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สนใจเข้าทำงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยให้กว้างขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มผู้สมัครสอบคัดเลือกปีงบประมาณ 2559 และผู้สมัครสอบคัดเลือกปีงบประมาณ 2560 เท่านั้น

2.2 ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้นำไปใช้สูงสุด เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- นวลจันทร์ สมบัติมานะผล. (2552). *การดำเนินการตามกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน. (วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร).*
- สวัสด์ศรี จิรประเสริฐกุล. (2556). *แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโลจิสติกส์. วารสารการตลาดและการสื่อสาร, 1(2), 691-711.*
- สุนันทา เลานันท์. (2542). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา.*
- Carrell, M.R., Kuzmits, F.E. and Elbert, N.E. (1992). *Personnel human resource management. (4th^{ed}). New York : Macmillan.*
- Crouch, W. and Jamison, J.N. (1995). *The Work of Civil Service Commission. Chicago: Civil Service Assembly,*
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. Determining. (1970). Sample Size for



Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

ภาวะผู้นำทางวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี
Academic Leadership Affecting the Learning Management of
Schools under Primary Educational Service Area Office, Lopburi

ธารินี กิตติกาญจนโสภณ¹, เบญจภรณ์ รุ่งระนา² และ อาริยา พุวศิรีวิวัฒน์³
Tarinee Kittikanjanasophon¹, Benjaporn Runrana²
and Ariya Phuvakeereevivat³

Received: September 2, 2022

Revised: December 12, 2022

Accepted: December 16, 2022

¹สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี,
Educational Administration, Education Faculty,
Bangkokthonburi University
(Email: tarinee.kit@bkkthon.ac.th)

²สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี,
Educational Administration, Education Faculty,
Bangkokthonburi University
(Email: benja208@hotmail.com)

³สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี,
Management, Business Faculty, Bangkokthonburi University
(Email: ariya.phu@bkkthon.ac.th)



บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี (2) การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี และ (3) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารและครูผู้สอน จำนวน 273 คน หนดกลุ่มตัวอย่างได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา เท่ากับ 0.97 และการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา เท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน (2) การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยจากสูงสุด คือ ด้านหลักการจัดการเรียนรู้และ (3) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายหรืออำนาจพยากรณ์ร้อยละ 78.00 ($R^2 = 0.780$) สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\text{สมการคะแนนดิบ } \hat{Y} = 0.832 + 0.380 (CT) + 0.254 (BT) + 0.195 (AT)$$

สมการคะแนนมาตรฐาน ($\hat{Z} = 0.444 (ZCT) + 0.290 (ZBT) + 0.217 (ZAT)$)

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำทางวิชาการ, การจัดการเรียนรู้

Abstract

The objectives of this research were to study: (1) The academic leadership of school administrators under Primary Educational Service Area Office, Lopburi; (2) The learning management of the schools under Primary Educational Service Area Office, Lopburi; and (3) The academic leadership affecting the learning management of schools under Primary Educational Service Area Office, Lopburi. The survey research method was used for this study. The data was collected by 5 points rating scale questionnaires. The sample size was obtained by Stratified Random Sampling, including school administrators and teachers, totaling were 273 people. The reliability of academic leadership of school administrators was 0.97, and learning management was 0.98. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis.

The results of research were found: (1) Academic leadership of school administrators under Primary Educational Service Area Office, Lopburi. Overall and aspects were at high level, The highest level was the instructional management aspect; (2) The learning management of the schools under Primary Educational Service Area Office, Lopburi. Overall and aspects were at high level, the highest



level was principle of learning management aspect; and (3) The academic leadership affecting the learning management of schools under Primary Educational Service Area Office, Lopburi with statistically significant at .01 level. The prediction coefficient or the predictive power was 78.00 percentage ($R^2 = 0.780$) and could written as the form of the regression analysis as follows;

Raw score equation $\hat{Y} = 0.832 + 0.380 (CT) + 0.254 (BT) + 0.195 (AT)$

Standard score equation $\hat{Z} = 0.444 (ZCT) + 0.290 (ZBT) + 0.217 (ZAT)$

Keywords: Academic Leadership, Learning Management

บทนำ

การบริหารและการจัดการศึกษาในปัจจุบันอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานหลักคือ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ บริหารโดยสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาดูแลกำกับโดยคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ คณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษา มาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการ กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2562 และการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 39 กระจายอำนาจหน้าที่และบทบาทการดำเนินงานให้แก่สถานศึกษาซึ่งเป็นนิติบุคคล โดยมีผู้อำนวยการสถานศึกษาเป็นผู้บริหาร และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นผู้กำกับสนับสนุนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการบริหารจัดการสถานศึกษา ในขอบข่ายและภารกิจการบริหาร 4 งาน ได้แก่ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงบประมาณ การบริหารงานบุคคล

และการบริหารงานทั่วไป ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการปฏิรูปการศึกษาชาติที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการศึกษาที่แท้จริง เป็นการปฏิรูปการเรียนการสอนที่มุ่งให้เกิดการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนเป็นหลัก (นิภาพร เหล็กหลี, 2559)

นอกจากนี้ แนวคิดของกระทรวงศึกษาธิการ (2559) รวมทั้งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ มาตรา 54 ได้กล่าวถึงเรื่องการศึกษาไว้ว่า รัฐต้องดำเนินการให้ประชาชนได้รับการศึกษาตามความต้องการในระบบต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และจัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างรัฐในการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยรัฐมีหน้าที่ดำเนินการ กำกับ ส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาดังกล่าวมีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล ทั้งนี้ตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งอย่างน้อย ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนการศึกษาแห่งชาติด้วย การศึกษาทั้งปวงต้องมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนดี มีวินัย ภูมิใจในชาติ สามารถเชี่ยวชาญได้ตามความถนัดของตน และมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2560) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ให้มีการจัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษาไทย มีเอกภาพเชิงนโยบายและความหลากหลายในการปฏิบัติ มีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา (นิภาพร เหล็กหลี, 2559) มาตรา 39 ตามกฎกระทรวง ซึ่งกำหนดให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการ และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาโดยตรง การพัฒนาตามแผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2560-2579 ของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ส่วนภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา นอกจากนี้ผู้นำจะเป็นบุคคลสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เอื้อ

ต่อการปฏิบัติงานแล้ว งานจะดำเนินไปด้วยดี

ผู้บริหารการศึกษาในยุคปัจจุบันที่มีภาวะผู้นำทางวิชาการ ตามแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579 ได้เน้นให้สถานศึกษาทุกระดับการศึกษาสามารถจัดกิจกรรมหรือกระบวนการเรียนรู้ตามหลักสูตรอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน จึงควรตระหนักถึงการวางแผน การกำหนดทิศทางนโยบายก่อนเสมอ (โสภากำนวรัตน์, 2563) การบริหารจัดการศึกษาในยุคปัจจุบันที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ที่ถือว่าการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษา ทุกฝ่ายมีบทบาทต้องทำงานประสานกันเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เต็มตามศักยภาพ การดำเนินการทุกอย่างต้องยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข เน้นไปที่ด้านกระบวนการ การบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียน ผลิต้นักเรียนที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนด องค์ประกอบที่จะทำให้งานวิชาการมีคุณภาพขึ้นอยู่กับการบริหารงานของผู้บริหารในเรื่องต่าง ๆ เช่น การใช้อำนาจของผู้บริหาร คุณลักษณะของผู้นำทางวิชาการ การบริหารความขัดแย้ง การบริหารระบบการทำงาน การบริหารด้านการพัฒนานุเคราะห์ การกำหนดภารกิจของสถานศึกษา การจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมบรรยากาศทางวิชาการสถานศึกษา หล่อหลอม ให้เยาวชนเจริญเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศและพร้อมที่จะดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างสันติและมีความสุข (นิภาพร เหล็กหลี่, 2559)

การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูล การดำเนินงานด้านคุณภาพ การจัดการศึกษา ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี ควรเร่งรัดพัฒนาคุณภาพผู้เรียนทางการเรียน NT ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ทั้ง 3 ด้าน

และคุณภาพผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จากการทดสอบระดับชาติ (O-NET) โดยเฉพาะกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ และสังคมศึกษา ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ให้สูงขึ้น ส่วนกลุ่มสาระภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และเมื่อทำการเปรียบเทียบกับคะแนนของระดับประเทศและระดับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน คะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยกับระดับจังหวัด คะแนนต่ำกว่าทุกกลุ่มสาระวิชา

จากสภาพของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่าโรงเรียนในสังกัดสำนักงานการศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี แม้ว่าได้ผ่านการรับรองคุณภาพภายนอกจากการประเมินของสำนักรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา รอบที่ 3 ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาที่โรงเรียนควรส่งเสริมการพัฒนาโดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและควรมีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา ในด้านการบริหารงานวิชาการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย เป็นสารสนเทศสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารงาน ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี สามารถนำข้อค้นพบไปพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและพัฒนาการจัดการเรียนรู้ ให้คุณภาพการศึกษามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ

การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
จังหวัดลพบุรี

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนด
ขอบเขตประชากรในการวิจัย ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรภาวะผู้นำทาง
วิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา และตัวแปรการจัดการเรียนรู้

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ออกแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่มีแบบแผน
การวิจัยในลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเดียว ศึกษาสภาวะการณ์ที่ไม่มีการทดลอง
(The one short, non-experimental case study design) โดยผู้วิจัยไม่ได้จัด
ทำหรือสร้างสถานการณ์ตามเงื่อนไขที่ต้องการใด ๆ ประกอบไปด้วยรายละเอียด
ตัวแปรที่ศึกษา (1) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา (ACT) ผู้วิจัย
ได้นำแนวคิดของฮอลลิงเจอร์ และเมอร์ฟี (Hallinger and Murphy, 1985 อ้าง
ถึงใน สุขฤทัย จันทรทรงกลด, 2560) และ (2) การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา
(DGT) ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2553
ของกระทรวงศึกษาธิการ (2559)

การกำหนดประชากร-กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาหรือหัวหน้างานฝ่าย
บริหาร และครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม
ศึกษาลพบุรี จำนวน 121 โรงเรียน ใน 12 อำเภอ ได้แก่ สถานศึกษาในเขตอำเภอ
เมืองลพบุรี บ้านหมี่ โคกสำโรง ท่าม่วง บ้านมหาโพธิ์ สระโบสถ์ โคกเจริญ หนอง
ม่วง ชัยบาดาล ท่าหลวง พัฒนานิคม และลำสนธิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี
เปิดตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้จำนวน

โรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง 91 โรงเรียน จาก 121 โรงเรียน ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามอำเภอเป็นผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่าง (ประกอบด้วยผู้บริหาร 1 คนและครู 2 คน) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 273 คน

เทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่าง -ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, อ้างอิงใน ประคอง กรรณสูตร, 2554) จากผู้บริหารและครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยจำแนกเป็นจำนวนโรงเรียนในแต่ละอำเภอ-ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แล้วคำนวณเทียบบัญญัติไตรยางศ์ รวมทั้งสิ้น 91 โรงเรียน แต่ละโรงเรียนประกอบด้วย ผู้บริหาร (ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการสถานศึกษาหรือหัวหน้างานวิชาการ) 1 คน และครูผู้สอน 2 คน

การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ได้สร้างข้อคำถามภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 และ 3 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert อ้างอิงใน นิภาพร เหล็กหลี่, 2559) โดยได้กำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญแล้ว ทดลอง try out กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค เท่ากับ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามที่ปรับปรุงหลังการทดลองใช้แล้ว ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ส่งให้กลุ่มตัวอย่างในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี จำนวน 275 ฉบับ และ

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 273 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 99.27 ของแบบสอบถาม

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำข้อมูลไปคำนวณหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ตามแนวคิดของลิเคิร์ท และวิเคราะห์ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา ด้วยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis)

ผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้านดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา	4.27	0.52	มาก
2. ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน	4.28	0.52	มาก
3. ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา	4.24	0.54	มาก
รวม	4.26	0.48	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสุด คือ ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.52) ด้านการกำหนดภารกิจของสถาน

ศึกษา ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.52) และด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ และ 2. การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวม

การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านหลักการจัดการเรียนรู้	4.42	0.50	มาก
2. ด้านกระบวนการเรียนรู้	4.36	0.52	มาก
3. ด้านการออกแบบการจัดการเรียนรู้	4.33	0.49	มาก
4. ด้านบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน	4.33	0.53	มาก
รวม	4.36	0.46	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากสูงที่สุดไปต่ำสุด คือ ด้านหลักการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.50) ด้านกระบวนการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) ด้านการออกแบบการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.49) และด้านบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

3. ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3: ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ศึกษาลพบุรี

ตัวแปร	(ACT)	(AT)	(BT)	(CT)	(DGT)
ภาวะผู้นำทางวิชาการ (ACT)	1.00				
ด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา (AT)	.896**	1.00			
ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน (BT)	.937**	.766**	1.00		
ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา (CT)	.917**	.706**	.810**	1.00	
การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา (DGT)	.874**	.753**	.816**	.832**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ภาวะผู้นำทางวิชาการ (ACT) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา (DGT) ระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.874 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา (DGT) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะผู้นำทางวิชาการ ด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4: การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี

ตัวแปรที่ได้รับคัดเลือกเข้าสมการ	ค่าสัมประสิทธิ์		t	p
	คะแนนดิบ	ค่ามาตรฐาน		
ค่าคงที่	.832		7.867	.000
1. ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา (CT)	.380	.444	9.913	.000
2. ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน (BT)	.254	.290	5.858	.000
3. ด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา (AT)	.195	.217	5.310	.000
R = .877, R ² = .780, F = 390.589, p = .000				

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการของภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาลพบุรี เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา (CT) ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน (BT) และด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา (AT) ตามลำดับ สามารถอธิบายความแปรปรวนของการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.877 ($R=0.877$) ซึ่งตัวแปรทั้งสามร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา ได้ร้อยละ 78.00 ($R^2=0.780$) สามารถเขียนแสดงความสัมพันธ์ในรูปสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการคะแนนดิบ } \hat{Y} = 0.832 + 0.380 (CT) + 0.254 (BT) + 0.195 (AT) \quad (R^2 = 0.780)$$

$$\text{สมการคะแนนมาตรฐาน } \hat{Z} = 0.444 (ZCT) + 0.290 (ZBT) + 0.217 (ZAT) \quad (R^2 = 0.780)$$

สรุปผล

พบว่า (1) ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก (2) การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน (3) ภาวะผู้นำทางวิชาการ (ACT) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา (DGT) ระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.874 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา (DGT) มีความสัมพันธ์เชิง

บวกกับภาวะผู้นำทางวิชาการ ด้านการกำหนดภารกิจของสถานศึกษา ด้านการจัดกาจัดการด้านการเรียนการสอน ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีประเด็น ข้อค้นพบที่ควรนำมาอภิปราย ได้แก่

ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดเป้าหมายด้านงานวิชาการของโรงเรียนโดยให้บุคลากร ในโรงเรียนมีส่วนร่วม โดยประเมินความต้องการของครูเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียนด้วยข้อมูลด้านผลการเรียนของนักเรียนในการพัฒนาเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียน สนับสนุนครูใช้กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดูแล การส่งเสริมและการสนับสนุน เพื่อให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น ผู้บริหารต้องแสดงบทบาทสำคัญในการสร้างบรรยากาศทางวิชาการในสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบรรทัดฐานและเจตคติของบุคลากรและนักเรียน สอดคล้องกับสุขฤทัย จันทรทรงกลด. (2560) ได้ศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17 ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำทางวิชาการว่า หมายถึง ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ การเป็นผู้นำและการบริหารโดยการนำความรู้ ทักษะต่าง ๆ ในการส่งเสริมและสนับสนุน รวมทั้งสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ที่น่าพอใจ พัฒนาการเรียนรู้ให้ กับผู้เรียน บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้อย่างมีคุณภาพ งานวิจัยประสิทธิผลของโรงเรียนมีมากขึ้น ตั้งแต่ปี ค.ศ.1970 และ Howley (1989, อ้างถึงใน ณชยธรรม์ ไตรรัตนศิริกุล, 2560) ภาวะผู้นำทางวิชาการ เป็นหนึ่งในเงื่อนไขของปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติงานของโรงเรียนมีความคาดหวังสูงต่อผลสำเร็จที่เกิด

ขึ้น (รวมทั้ง จรุณี เก้าเอียน, 2560) และมีเทคนิคการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพชาติ ชุ่มชื่น (2562) ได้สรุปไว้ว่า ครูมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับสูงกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการให้ครูใช้กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดูแล การส่งเสริมและการสนับสนุนเพื่อให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น รวมถึงบทบาทร่วมกับครูใช้ผลจากคะแนนทดสอบในการกำหนดเป้าหมายของสถานศึกษา เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าของนักเรียน และได้มีการตรวจสอบและประเมินหลักสูตร ประเมินการสอนการวัดผลความก้าวหน้าตามเป้าหมายของสถานศึกษาอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณชยธรรม์ ไตรรัตน์ศิริกุล, (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงคนใต้ พบว่า ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงคนใต้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารอาจจะแสดงบทบาทสำคัญในการสร้างบรรยากาศทางวิชาการในสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบรรทัดฐาน และ เจตคติของบุคลากรและนักเรียน หาท่างควบคุมกิจกรรม ที่ไม่สำคัญ มีการเพิ่มเวลาเรียนอย่างมีศักยภาพ รวมถึงส่งเสริมให้มีการพัฒนาวิชาชีพโดยให้โอกาสแก่ครูเพื่อพัฒนาวิชาชีพโดยการจัดให้มีการอบรม สัมมนา จัดงาน การส่งเสริมให้ศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และส่งเสริมให้มีการพัฒนาและสร้างมาตรฐานทางวิชาการที่สูงได้ยังไม่ดีเท่าที่ควร สอดคล้องกับ สุขฤทัย จันทรทรงกลด (2560) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของภาวะผู้นำทางวิชาการว่า การเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของโรงเรียน บรรยากาศทางวิชาการโรงเรียนจะเกี่ยวข้องกับบรรทัดฐาน และทัศนคติของครูและนักเรียนในโรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษามี

บทบาทสำคัญในการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของโรงเรียน ทั้งด้านตัวครู นักเรียน และการเรียนการสอน มาตรฐานทางวิชาการ การส่งเสริมบรรยากาศทางวิชาการโรงเรียนเป็นการช่วยเพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับนักเรียนและกับครู ซึ่งปฏิสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการแบบนี้ ผู้บริหารจะได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ในด้านความต้องการของนักเรียนและครู ผู้บริหารจะมีโอกาสสื่อสารเป้าหมายต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ครูและนักเรียนทราบ ส่วนการจัดให้มีสิ่งจูงใจในการทำงานให้ กับครู การสร้างบรรยากาศเชิงบวกด้านการเรียนรู้ รวมทั้งการให้รางวัลและการให้การยอมรับการทำงานของครู นับเป็นบทบาทที่สำคัญส่วนหนึ่งของผู้บริหารในการที่ทำให้โครงสร้างของการทำงานดีขึ้น รางวัลที่ผู้บริหารสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานกับครู อาจารย์ อาจไม่ใช่เงินเพียงอย่างเดียว หากแต่อาจจะเป็นคำชมเชย ทั้งโดยส่วนตัวหรือการให้สังคมยอมรับ โดยการมอบใบประกาศเกียรติคุณ และการให้รางวัลอย่างเป็นทางการ เป็นต้น การปรับปรุงบรรยากาศจำเป็นต้องอาศัยทักษะในการสนองตอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการริเริ่มความคาดหวังและสภาพใหม่ ๆ ซึ่งจุดประสงค์ คือการปรับปรุงการเรียนการสอน โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้ประสานระหว่างห้องเรียน และโรงเรียนในด้านการให้รางวัลเพื่อเป็นการยืนยันว่าผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพชาติ ชุ่มชื่น (2560) ได้ศึกษาความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนนวมินทราชินูทิศสวนกุหลาบวิทยาลัยปทุมธานี ผลการศึกษาพบ ว่า ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีบรรยากาศทางวิชาการอยู่ในระดับมาก

การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสนับสนุนให้ครูมีการจัด การเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถตามมาตรฐาน การเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมีการสนับสนุนให้ครูมีการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะสำคัญตามที่

กำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน สนับสนุนให้ครูมีการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน การสร้างกระบวนการเผชิญสถานการณ์และการแก้ปัญหา ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ลงมือทำและปฏิบัติจริง ผู้บริหารและทุกฝ่ายร่วมวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง สภาพแวดล้อม และประเมินสถานศึกษาเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายของสถานศึกษา สนับสนุนให้ครูมีความรู้ในการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เป้าหมาย และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ได้อย่างเหมาะสม ส่งเสริมให้ครูมีความรู้ในการจัดทำหลักสูตร เข้าถึงมาตรฐานของการเรียนรู้ ตัวชี้วัด สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ และสาระการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียน โดยให้ครูจัดทำแผนการเรียนรู้ตามสาระและหน่วยการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อีกทั้งมีการสนับสนุนและร่วมกับครูออกแบบการเรียนรู้และการจัดการเรียนรู้ที่ตอบ สอนองความแตกต่างระหว่างบุคคลและพัฒนาการทางสมอง นำผู้เรียนมุ่งสู่เป้าหมายการเรียนรู้ ร่วมกับครูจัดบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และดูแลช่วยเหลือผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้เต็มตามศักยภาพ ซึ่ง พัทธี ศรีสังข์ (2559) ได้สรุปความหมายของการจัดการเรียนรู้ไว้ว่า คือ กระบวนการจัดการใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้มาจัดเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ฝึกหัด หรือได้กระทำ โดยได้รับการเสริมแรงอย่างมีประสิทธิภาพสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและประสานงานกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิผล มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกิดขึ้นอย่างค่อนข้างถาวรกับผู้เรียน ตามขีดความสามารถที่มีให้บรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ กระทรวงศึกษาธิการ (2559) กล่าวถึงเรื่องการจัดการเรียนรู้ว่า การจัดการเรียนรู้เป็นกระบวนการสำคัญในการนำหลักสูตรสู่การปฏิบัติ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานมีมาตรฐานการเรียนรู้ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียน เป็นเป้าหมายสำหรับพัฒนาเด็กและเยาวชน ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณสมบัติตามเป้าหมายหลักสูตร รวมทั้งปลูกฝังเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึง

ประสงค์ พัฒนาทักษะต่าง ๆ อันเป็นสมรรถนะสำคัญให้ผู้เรียนบรรลุตามเป้าหมายและตามแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา เพียรเจริญ (2556) ได้ศึกษา บทบาทผู้บริหารในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ของครู หลักสูตรสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยนี้ ได้ข้อสรุปว่า ผู้บริหารและครูมีระดับการรับรู้ในการปฏิบัติเกี่ยวกับบทบาทผู้บริหารในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ของครูตามหลักสูตรสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ภาวะผู้นำทางวิชาการส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 ในระดับสูงมาก โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้บริหารสถานศึกษาได้กำหนดภารกิจของสถานศึกษา ด้านการจัดการด้านการเรียนการสอน และด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื่องจากการที่ผู้บริหารได้มีการประชุมชี้แจงเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียนให้ครู นักเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เน้นการพัฒนาเป้าหมายของโรงเรียนเพื่อการปรับปรุงการปฏิบัติงานด้านวิชาการของโรงเรียนในทุกช่วงชั้น ผู้บริหารกำหนดเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียนโดยให้บุคลากร ในโรงเรียนมีส่วนร่วม โดยสื่อสารให้บุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น ครู นักเรียน และผู้ปกครอง รับทราบแนวปฏิบัติหรือเป้าหมายด้านวิชาการ ผ่านการใช้ข้อมูล ด้านผลประเมินการเรียนของนักเรียนในการพัฒนาเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียน มีการประเมินความต้องการของครู เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเป้าหมายด้านวิชาการของโรงเรียนอย่างต่อเนื่องได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ราชวัชร เชื้อสาวะถี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 พบ ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโดยภาพรวม

ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสรณ์ พฤษภูมิรินทร์ (2562) ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม เขต 2 พบว่า ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น สถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของโรงเรียน บรรยากาศทางวิชาการในโรงเรียนจะเกี่ยวข้องกับบรรทัดฐาน และทัศนคติของบุคลากรและนักเรียนในโรงเรียน ส่วนการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา ด้านบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น สถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน การจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามเป้าหมายของหลักสูตร ผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของโรงเรียน ทั้งด้านตัวครู นักเรียน และการเรียนการสอน รวมทั้งมาตรฐานทางวิชาการของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอและจริงจัง สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติที่เน้นให้สถานศึกษาทุกระดับการศึกษาสามารถจัดกิจกรรมหรือกระบวนการเรียนรู้ตาม หลักสูตรอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถาน

ศึกษา เช่น การเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการของโรงเรียน การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน วิธีการสอน การสร้างสื่อและเทคโนโลยีการสอน และการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยเน้นให้ผู้เรียนได้รับการฝึกฝนและลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2559). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2553*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จรุณี แก้วเอี่ยม. (2560). *เทคนิคการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา กลยุทธ์ และแนวทางการปฏิบัติสำหรับผู้บริหารมืออาชีพ*. สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- จิราภา เพียรเจริญ. (2556). *บทบาทผู้บริหารในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ของครู ตามหลักสูตร สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)*.
- ณชยธรรม ไตรรัตน์ศิริกุล. (2560). *ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงเทพใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏ)*.
- ราชวิทยาลัย. ประคอง กรรณสูตร. (2554). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภาพร เหล็กหลี่. (2559). *การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม เขต 2. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษา ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย)*.
- นิสสรณ์ พลฤกษ์ภูมิรินทร์. (2562). *ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต*

- พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).
- พัชรี ศรีสังข์. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้วิชาจิตวิทยาสังคม
โดยใช้ชุมชนและประสบการณ์เป็นฐานเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะของ
บัณฑิตที่พึงประสงค์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ราชวัชร เชื้อสวาทะถิ. (2560). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อ
การบริหาร งานวิชาการในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ
ศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).
- สุฤทัย จันทร์ทรงกลด. (2560). ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา
ในจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- สุพชาติ ชุ่มชื่น. (2562). ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางวิชาการของ
ผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนนวมินทราชินูทิศสวนกุหลาบวิทยาลัย
ปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต).
- โสภา อำนวยรัตน์. (2563). ผู้นำทางการศึกษาในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: ดี
เอ็มเบอรี่.
- Hallinger and Murphy (1985). *Academic leadership that helps
Educational*. NewYork: McGraw-Hill.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for
research. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3),
607 - 610.

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของ
พนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด
The Relationship between Internal Communication Strategy
and Gen Y's Employee Engagement of Bangkok Broadcasting
and Television Co., Ltd.

นิชาภา วัฒนาดิษฐกุล¹ และ พรพรหม ชมงาม²
Nichapa Wattanadissakul¹ and Pornprom Chomngam²

Received: September 21, 2022

Revised: November 10, 2022

Accepted: November 11, 2022

ช่อพะยอม
CHOPHAYOM JOURNAL

¹สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master of Communication Arts (Strategic Communications)
Bangkok University

(Email: nichapa.watt@bumail)

²สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master of Communication Arts (Strategic Communications)
Bangkok University

(Email: pornprom.c@bu.ac.th)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด 2) เพื่อศึกษาความผูกพันของพนักงานบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของพนักงานบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงาน Gen Y ในบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด จำนวน 109 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญในการสื่อสารเชิงรุกจากการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากบริษัทฯ มีแนวทางการนำเสนอข่าวอยู่บนความถูกต้อง และมีจริยธรรม การสร้างสรรค์รายการ และละครเป็นที่ยอมรับในสังคม 2) ความผูกพันด้านจิตใจ สามารถก่อให้เกิดความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าตนเองเป็นพนักงานในบริษัทฯ 3) กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร, ความผูกพันของพนักงาน, Gen Y, บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

Abstract

The Objectives of This research article are 1) to study the internal communication strategies of Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. 2) to study employees' engagement of Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. and 3) to study the relationship between internal communication strategies and employee

engagement of the Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. Samples were 109 employees who work for Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. The study used questionnaires as a tool for data collection. The data were analyzed by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. The results revealed that 1) the respondent agreed that proactive communication is the most important internal communication strategy of Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. Due to the effectiveness of BBTv news report, based on accuracy, ethical, creative program, drama, which are accepted in society 2) psychological commitment is an employees' engagement because it can create pride to tell the others that they are employees of BBTv 3) there is a significant relationship between the internal communication strategies and employees' engagement of Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd. at 0.01 level.

Keywords: internal communication strategies, employees' engagement, Gen Y, Bangkok Broadcasting and Television Co., Ltd.

บทนำ

การสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร หากเข้าใจการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ย่อมเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรได้ นอกจากนี้ทัศนคติที่ดีจะเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น เพราะ“การสื่อสารคือการถ่ายโอน (Transfer and understanding of meaning) ดังนั้นการสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อ สามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับสารเกิดความเข้าใจถูกต้อง การสื่อสารอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่าง

บุคคล (Interpersonal communication) และเป็นเครือข่ายองค์กรหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการติดต่อสื่อสารขององค์กร (Organization communication)” (วิรัช สงวนวงษ์วาน, 2547) แม้จะมีการนิยาม “การสื่อสาร” แตกต่างกันไปก็ตาม แต่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่มีพลวัตหรือการเคลื่อนไหว (Dynamic) คือ มีความสัมพันธ์ที่มีผลกระทบ (Effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบ ต่าง ๆ ของการสื่อสาร การสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (Adaptive) (พัชนี เขยจรรยา และคณะ, 2541)

ปัจจัยด้านลบที่เกิดขึ้นในองค์กรปัจจุบัน มักเกี่ยวข้องกับการขาดทักษะในการบริหารคน (People Management Skill) ไปจนถึงวัฒนธรรมการทำงานเป็นพิษ (Toxic Culture) ศุภานัน พุฒตาล (2560) อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของการประเมินการวิจัยว่า การลาออกของพนักงาน Generation Y ส่งผลกระทบท่อองค์กรและตัวบุคคล โดยผลกระทบจากการสูญเสียกำลังคนขององค์กร ต้องเสียค่าใช้จ่ายกับบุคคลในกระบวนการสรรหาและการคัดเลือก สูญเสียโอกาสผลผลิตและประสิทธิภาพขององค์กรลดลงช่วงหนึ่ง เนื่องจากคนไม่เพียงพอดต่อการบวนการทำงานหรืออาจทำให้ขวัญและกำลังใจของบุคคลที่ยังอยู่ในองค์กรลดลง (ศุภานัน พุฒตาล, 2560)

บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน และสร้างชื่อเสียงอันดีตลอดมาในการบริหารงานและบุคลากร แต่ก็ไม่อาจจะเลี่ยงปัญหาการลาออกของพนักงาน Generation Y เช่นกันซึ่งจากการดำเนินงานในปัจจุบัน ผู้บริหารที่มีอำนาจสั่งการที่ต้องมีการสื่อสารกับพนักงานทุกระดับชั้น เพื่อให้ทราบถึงวิสัยทัศน์ขององค์กร เกิดความเข้าใจและยอมรับในนโยบายทิศทางเดียวกัน โดยต้องระบุดึงวัตถุดิบประสงคในการสื่อสารของผู้บริหาร คือ ต้องการที่จะโน้มน้าวและจูงใจให้พนักงานมีความร่วมมือร่วมใจกันฟันฝ่าอุปสรรคต่อปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการเติบโตขององค์กร จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายในการคิดค้น ปรับใช้วัตรกรรมการ



สื่อสารภายในองค์กร ให้สอดคล้องกับลักษณะช่วงอายุกลุ่ม Generation ในองค์กร (Kotter, 1966) การสื่อสารภายในองค์กรจะผ่านสื่อบุคคลหลัก โดยสื่อมาจากผู้บริหารระดับสูงลงมาที่ระดับผู้จัดการเพื่อออกหนังสือเวียนภายในฝ่าย การสื่อสารส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทอดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กร เช่น ภาพรวมกลยุทธ์ การลงทุนหรือขยายกิจการ ผลการดำเนินงาน การประกาศรางวัลต่าง ๆ และระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น จากนั้นผู้จัดการจึงจัดการประชุมกับระดับหัวหน้างาน เพื่อให้ระดับหัวหน้างานสื่อสารต่อกับระดับพนักงานระดับต่าง ๆ ในแง่ของกระบวนการสื่อสาร มีทิศทางในการสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward communication) ซึ่งส่งผ่านจากลำดับชั้นบังคับบัญชาในระดับสูงลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับต่ำกว่าภายในองค์กร ซึ่งรวมถึงนโยบายในการบริหารจัดการ การสั่งงานและบันทึกข้อความที่เป็นทางการด้วย

การสื่อสารภายในของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ล้วนเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว มีการเปิดช่องทางให้พนักงานตอบกลับหรือแสดงความคิดเห็นได้น้อย และไม่มีการวัดผลถึงความสำเร็จของการสื่อสาร อาจทำให้ไม่สามารถสร้างความผูกพันกับพนักงานในกลุ่ม Generation Y ได้ และสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของการทำงานของพนักงานกลุ่ม Generation Y หากปล่อยให้กลุ่มพนักงาน Generation Y ลาออกไปจะส่งผลให้บริษัทฯ ขาดแรงงาน กอปรกับเสียเวลาในการสรรหา และพัฒนาพนักงานในแต่ละปี อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในตลาดแรงงาน ซึ่งส่งผลให้การสรรหาพนักงานในอนาคตเป็นไปได้ยากลำบาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของพนักงาน Generation Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างการพัฒนาให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด
2. เพื่อศึกษาความผูกพันของพนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

วิธีการศึกษา

การศึกษครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of relationship between variables) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 109 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด กลุ่ม Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1- β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 2 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 109 หลังจากนั้น เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling โดยแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วงวันที่ 1-30 พฤศจิกายน 2564 และวันที่ 1-30 ธันวาคม 2564 ซึ่งปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2564 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 109 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสาร

ภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน การศึกษา รายได้ และกลุ่มงาน ส่วนที่ 2) คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก และ (2) กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ และ ส่วนที่ 3) คำถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัทฯ ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น 1) ความผูกพันด้านจิตใจ (2) ความผูกพันด้านการคงอยู่ และ (3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.80 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.88 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด โดยผู้วิจัยได้ทำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยผ่าน Google Form เป็นที่เรียบร้อยแล้ว 2) ตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจดูความ

สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	51	46.8
หญิง	58	53.2
อายุ 21 – 27 ปี	20	18.4
28 – 35 ปี	48	44.0
36 – 40 ปี	41	37.6
การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	0.9
ปริญญาตรี	92	84.4
สูงกว่าปริญญาตรี	16	14.7
รายได้ ต่ำกว่า 18,000 บาท	17	15.6
18,001 – 35,000 บาท	70	64.2
35,001 – 50,000 บาท	11	10.1
50,001 บาท ขึ้นไป	11	10.1
กลุ่มงาน ข้าราชการ	17	15.6
ราชการและละคร	13	11.9
ประชาสัมพันธ์และ การตลาด	8	7.3
วิศวกรรมและเทคนิค	9	8.3
IT / สารสนเทศ	2	1.8
เซ็นเซอร์รายการ	4	3.7
สนับสนุนงานข่าวและ รายการ	14	12.8
สนับสนุนอื่นๆ	42	38.5

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 อายุระหว่าง 28 – 35 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 อายุงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 มีรายได้ 18,001 - 35,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มงานสนับสนุนอื่น ๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 2 : แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก	3.72	0.72	มาก
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ	3.38	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.82) โดยกลยุทธ์การสื่อสารที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.72) และกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.93)

ตารางที่ 3 : แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

ความผูกพันของพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความผูกพันด้านจิตใจ	3.77	0.76	มาก
ความผูกพันด้านการคงอยู่	3.47	0.85	ปานกลาง
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3.69	0.75	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความผูกพันของพนักงาน Gen Y ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.78) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความผูกพันด้านจิตใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.76) อันดับสอง ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.75) และอันดับสุดท้าย ความผูกพันด้านการคงอยู่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.85)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 : การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านจิตใจ

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร	ความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านจิตใจ		
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-Value)	ระดับความสัมพันธ์
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก	.740**	.000	มาก
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ	.809**	.000	มาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านจิตใจ ดังนี้

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .740$)

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพัน

ด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .809$)

ตารางที่ 5 : การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านการคงอยู่

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ	ความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่		
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-Value)	ระดับความสัมพันธ์
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก	.652**	.000	มาก
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ	.768**	.000	มาก

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 5 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ ดังนี้

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .652$)

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .768$)

ตารางที่ 6 : การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านบรรทัดฐาน

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ	ความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน		
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-Value)	ระดับความสัมพันธ์
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก	.673**	.000	มาก
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ	.694**	.000	มาก

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 6 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ดังนี้

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .673$)

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ($r = .694$)

สรุปผล

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ เชิงรุกในระดับมาก โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึง

การที่บริษัทฯ มีแนวทางการนำเสนอข่าวอยู่บนความถูกต้อง และมีจริยธรรม และการสร้างสรรค์รายการ และละครเป็นที่ยอมรับในสังคม

กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันด้านจิตใจของพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัดในระดับมาก โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึง ความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานในบริษัทฯ กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์ทั้ง 2 ด้านของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรในแต่ละด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก นั้นเป็นอันดับแรกที่พนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด มีการรับรู้มากที่สุดเกี่ยวกับการประเมินการรับรู้กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร กล่าวคือ บริษัทฯ สามารถสื่อสารให้พนักงานรับรู้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความเข้าใจที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานเพื่อที่จะสร้างเจตนคติที่ดีและมีความรู้สึกที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมถึงเข้าใจบทบาทหน้าที่ขององค์กร ภาพลักษณ์องค์กร การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การทำงานร่วมกัน การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับ จรัสโณม ศิริรัตน์ (2558) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารในองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อจะกระจายข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรและเพื่อที่จะสร้างเจตนคติที่สำคัญต่อการจูงใจการร่วมมือกันทำงานและมีความรู้สึกที่ดีในการปฏิบัติงาน ผลที่ตาม

มาก่อนก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีม (Team) การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีผู้ร่วมงานทุกฝ่ายมีความพึงพอใจวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารในองค์กรหรือหน่วยงานจะมีรายละเอียดที่คล้ายคลึงกัน

2. ความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

จากการศึกษาถึงความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด พบว่าโดยภาพรวมพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด นั้น มีแนวโน้มความผูกพันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษารายละเอียดของความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานนั้น พนักงาน Gen Y มีแนวโน้มความผูกพันมากที่สุดคือความผูกพันด้านจิตใจ และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ประเด็นที่พนักงานรู้สึกมีความผูกพันมากที่สุดคือ มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานในบริษัทฯ สอดคล้องกับ Mowday, Steers, and Porter (1979) ได้กล่าวไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรคือความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และการมีส่วนร่วมในองค์กรมีระดับการแสดงออกมากกว่าความจงรักภักดีต่อองค์กรเนื่องจากเป็นความสัมพันธ์ที่แนบแน่น และผลักดันให้บุคคลแต่ละคนมีความเต็มใจที่จะอุทิศตน เพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกับ Becker (1960) ที่กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแนวโน้มที่บุคคลจะคงไว้ซึ่งการแสดงพฤติกรรมอย่างสม่ำเสมอ เป็นการรับรู้ถึงผลประโยชน์ของการลงทุนที่ต้องสูญเสียไปหากต้องออกจากองค์กร เป็นสภาวะทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ของพนักงานกับองค์กร และสอดคล้องกับ Allen & Meyer (1990) ที่ศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรเป็นส่วนสำคัญสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อองค์กรของตน มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะคงไว้ซึ่งสมาชิกขององค์กร และการมีจิตสำนึกในการดำรงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

3. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรกับความผูกพันของ



พนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การกับความผูกพันของพนักงาน Gen Y บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด มีความสัมพันธ์กันโดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ ในแบบกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน Gen Y ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ทำการประเมินการรับรู้การสื่อสารขององค์การ กล่าวคือ การที่พนักงานรับรู้ถึงการสื่อสารข้อมูลขององค์การ ที่สามารถสร้างความเข้าใจที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานเพื่อที่จะสร้างเจตนาที่ดีและมีความรู้สึกที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมถึงเข้าใจบทบาทหน้าที่ขององค์การ ภาพลักษณ์องค์การ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การทำงานร่วมกัน การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันนั้น สามารถทำให้เกิดความผูกพันกับบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัดได้ในระดับมาก สอดคล้องกับ อัจฉรา สุขกลิ่น เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ และณัฐยา ยวงโย (2561) ที่อธิบายว่า กลยุทธ์การสื่อสาร เป็นการออกแบบลักษณะข้อความเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการสื่อสารให้เหมาะสมกับบุคลากรนั้น ๆ ซึ่งจะต้องสื่อให้บุคลากรในองค์การทราบถึงเป้าหมายขององค์การ เพื่อให้ทราบโดยทั่วกัน ดังนั้น การวางกลยุทธ์การสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับองค์การเนื่องจากการสื่อสารทำให้บุคลากรหรือผู้บริหารเกิดความสามัคคีพร้อมใจที่จะทำงานเพื่อขับเคลื่อนองค์การไปสู่เป้าหมายอย่างมีพลัง (Momentum) ซึ่งสอดคล้องกับ Chester (1968) ได้นิยามว่า การติดต่อสื่อสารเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลต่างๆในองค์กรเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และอาจช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้ได้

ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์การ ในแบบกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน Gen Y ซึ่งก็มีความสัมพันธ์กันในระดับ

มาก ทั้งนี้เนื่องจากพนักงาน Gen Y ของบริษัท กรุงเทพมหานครและวิทย์ จำกัด ทำการประเมินการรับรู้การสื่อสารขององค์กรโดยส่วนใหญ่เห็นว่าบริษัท มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เปิดโอกาสให้ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างเต็มที่ มีการกิจกรรมภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความสามัคคี และความสัมพันธ์ที่ดีอยู่เสมอ ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรในระดับมาก จากการศึกษา ศิริวรรณ ตันตระวิวัฒน์ (2530) พบว่า การให้รางวัลหรือการสร้างแรงจูงใจในด้านวัตถุเพียงด้านเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้สมาชิกในองค์กรเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้ แต่แนวโน้มที่จะทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้นั้นคือ การที่องค์กรได้เปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นตลอดจนมีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับและอาริญา เฮงทวีทรัพย์ศิริ (2558) ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่บุคคลมีต่อองค์กรของตน โดยแสดงถึงความรู้สึกผูกพันทางจิตใจที่มีต่อค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากในการทำงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กร และมีความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กร รวมถึงการคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยพิจารณาว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็น การพัฒนาการสื่อสารขององค์กร รวมถึงศึกษาเกี่ยวกับช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงพนักงานเพื่อสร้างความผูกพันในทิศทางที่สามารถเกิดความเชื่อมั่น จงรักภักดี และคงสภาพการเป็นพนักงานขององค์กรต่อไป

บรรณานุกรม

จรัสโนม ศิริรัตน์. (2558). ปัญหาการติดต่อสื่อสารของบุคลากรในองค์กร: กรณี



ศึกษา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศิริวรรณ ตันตระวิวัฒน์. (2530). *การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม: ศึกษาเฉพาะกรณีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ศุภานัน พุฒตาล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. (รายงานการวิจัย). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อาริญา เสงฆ์ทรัพย์ศิริ. (2558). *ความผูกพันต่อองค์กร บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและความสุขในการทำงานของพยาบาล โดยมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การเป็นตัวแปรสื่อ: กรณีศึกษาโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อัจฉรา สุขกลิ่น, เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ และ ญัฐยา ยวงโย. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรแข็งแกร่ง. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(1), 75-82.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18.

Becker, H.S. (1960). *Notes on Concept of Commitment*. American: Journal of Sociallogy.

- Chester, B. I. (1968). *The Function of the Executive*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Kotter, J.P. (1996). *Leading Change*. Boston : Harvard Business Review School Book.
- Mowday,R.T.,Steers, R.M., and Porter, L.M. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.



กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Chinese Vocabulary Memorizing Strategies of Third Year
Students, Majoring in Chinese Program, Faculty of Humanities
and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University

อัญชนา ทองกระจาย¹ และ เหิง หวาง ²
Anchana Thongkrajai¹ and Heng Wang²

Received: August 5, 2022

Revised: November 18, 2022

Accepted: November 18, 2022

¹สาขาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Rajabhat Maha Sarakham University
(Email: Dolphin.un@gmail.com)

²สาขาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Rajabhat Maha Sarakham University
(Email: rmuwangheng@petalmail.com)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประชากรได้แก่นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 72 คน กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แผนกวิชาภาษาจีน เพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 37 คน โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เรื่องพฤติกรรมการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีการใช้พฤติกรรมการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบประยุกต์ใช้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$) 2) พฤติกรรมการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบประยุกต์มีนักศึกษาใช้มากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 3) การสัมภาษณ์นักศึกษสาขาวิชาภาษาจีนแผนกวิชาภาษาจีน เพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 37 คน สรุปได้ว่านักศึกษาจะค้นพบวิธีการจดจำคำศัพท์ที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด โดยนักศึกษามีพฤติกรรมการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบประยุกต์ใช้

คำสำคัญ: พฤติกรรมการจดจำ, คำศัพท์ภาษาจีน

Abstract

This Research was mixed method research between



quantitative and qualitative research, and the objectivity of this research was to study Chinese vocabulary memorizing strategies of the third-year students, majoring in Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University. The population was 72 third-year students, majoring in Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University, and the purposive sample was 37 third-year students, majoring in Chinese Program (Chinese for Profession) enrolled in semester 1/2022. The tools used for research and data collection were: Questionnaire and interview form about Chinese vocabulary memorization strategies of third-year students in Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University. The research finding showed that 1) Applied Vocabulary Memorizing Strategy had the highest mean ($\bar{X}=4.51$), which used by students, majoring in Chinese Program, from the 2nd form; 2) the 26 students who used Applied Vocabulary Memorizing Strategy were the most, accounted for 70.2% from the 3th form; 3) Interviewing with 37 students majoring in Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University concluded that students would find a way to memorize words that was Applied Vocabulary Memorizing Strategy and was the most suitable for themselves from 5th form.

Keywords: Memorizing Strategies, Chinese Vocabulary,

บทนำ

ปัจจุบันบทบาทของภาษาต่างประเทศมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศหนึ่งของประเทศไทยและประชาคมโลก มีประชากรกว่า 1,400 ล้านคนที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาแม่ อีกทั้งยังเป็นภาษาทางการเป็นที่ยอมรับขององค์การสหประชาชาติ ดังนั้น การเรียนรู้ภาษาจีนจึงเป็นสิ่งจำเป็นในโลกยุคโลกาภิวัตน์ แต่ก่อนที่จะเกิดความชำนาญในทักษะแต่ละด้านนั้นผู้เรียนต้องมีความพึงพอใจ เนื่องจากคำศัพท์เป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความเข้าใจในการรู้ความหมาย หากขาดความรู้ด้านคำศัพท์ก็ยากที่จะใช้โครงสร้างภาษาเพื่อสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เขมิกา ทับทิมใส, 2546)

การเรียนการสอนคำศัพท์ภาษาจีนที่พบเห็นทั่วไป นอกจากความยากในการออกเสียงแล้ว ผู้เรียนยังประสบปัญหาการเรียนรู้คำศัพท์ แม้ภาษาจีนและภาษาไทยต่างอยู่ในตระกูล ภาษาคำโดด ที่อาศัยการเรียงคำประกอบเข้าเป็นประโยค (พระยาอนุนานราชธน, 2532 อ้างถึงในนาริรัตน์ วัฒนเวฬุ, 2560) แต่มีความต่างเรื่องตัวอักษรจีนที่ไม่สามารถสะกดเป็นเสียงอ่านได้ อีกทั้งยังขาดการศึกษาด้านคำศัพท์ และนักวิชาการ O' Malley and Chamot (1990) กล่าวว่า กลวิธีในการเรียนภาษาที่สองเป็นการพัฒนากระบวนการทางความคิดเน้นการเรียนรู้ที่ทำให้เกิดความเข้าใจของบุคคลคนหนึ่งกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้เกิดเทคนิคและกิจกรรมทั้งหลายในการเรียนรู้ ขึ้นอยู่กับความถนัดและความชอบที่ผู้เรียนจะเลือกใช้กลวิธีต่าง ๆ ในการเรียนรู้

ผู้วิจัยในฐานะผู้สอนภาษาจีนให้แก่นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 ที่มีพื้นฐานภาษาจีนแล้วนั้น แต่ระหว่างการสอนก็พบปัญหาต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ภาษาจีน ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่วนหนึ่งมาจากการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน ไม่เพียงแต่จะเป็นปัญหาระหว่างการเรียนการสอนภาษาจีนเท่านั้น ยังส่ง

ผลต่อการพัฒนาทักษะทางภาษาต่างประเทศ ทั้ง 4 ด้าน ด้านทักษะการฟัง ด้านทักษะการอ่าน ด้านทักษะการพูด ด้านทักษะการเขียนของผู้เรียนแต่ละบุคคลอีกด้วย ผู้วิจัย จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการจำคำศัพท์ภาษาจีนของผู้เรียน จึงนำกลวิธีในการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนทั้ง 7 กลวิธี ได้แก่ 1) การจดจำรูปร่างตัวอักษร(字形记忆法) 2) การวิเคราะห์หน่วยคำ (语素分析法) 3) การจำคำศัพท์เป็นกลุ่มก้อน (词块记忆法) 4) การวิเคราะห์คำศัพท์ (生词辨析法) 5) การจำแบบเชื่อมโยง (联想记忆法) 6) การจำแบบอาศัยบริบท (上下文记忆法) 7) การจำแบบประยุกต์ใช้ (活用记忆法) ตามทฤษฎีกลยุทธการจำคำศัพท์ภาษาจีนของ Zhao Minghui (2,P20-23) จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความใฝ่เรียนรู้ มีการพัฒนาทักษะการจดจำคำศัพท์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการจดจำด้านคำศัพท์ของผู้เรียนให้ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้วิจัยและผู้เรียนภาษาจีน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods) /แบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) /เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

ประชากรในการวิจัย นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่

1/2565 จำนวน 72 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แผนกภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 37 คน โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง เนื่องจากนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนแผนกการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศจำนวน 35 คน ไปศึกษา ณ มหาวิทยาลัยวนศาสตร์ภาคตะวันตกเฉียงใต้

2. เนื้อหาในการวิจัย

การวิจัยเรื่องกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของ Zhao Minghui (2,P20-23) ซึ่งประกอบด้วย 7 กลวิธี ดังนี้

2.1 วิธีการจดจำรูปร่างตัวอักษร (字形记忆法) วิธีการเรียนแบบนี้ผู้เรียนจะต้องมีความรู้อักษรภาษาจีนมาผสมผสานกับการเรียนรู้คำศัพท์จึงจะกลายเป็นความสามารถในการทำความเข้าใจคำศัพท์ อักษรจีนเป็นอักษรที่ใช้เส้นขีดรวมกันเป็น ตัวอักษรสี่เหลี่ยม ใช้วิธีการพิเศษในการแสดงถึงความหมายและเสียง ผู้เรียนต้องเข้าใจและวิเคราะห์วิธีการสร้างคำและปัจจัยทางวัฒนธรรมของตัวอักษรนั้น ๆ จึงจะสามารถรวมเอา “ เสียงรูปและ ความหมาย ” 3 ปัจจัยรวมไว้ด้วยกัน ในการจดจำตัวอักษรสมองซีกซ้ายและขวาต้องทำงานร่วมกัน การเรียนรู้สัมผัสกับตัวอักษรจีนด้วยวิธีการที่หลากหลาย จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความทรงจำเกี่ยวกับคำศัพท์

2.2 วิธีการวิเคราะห์หน่วยคำ (语素分析法) ตัวอักษรจีนเป็นตัวอักษรที่มีระบบการสื่อความหมายในตัวเอง ตัวอักษรได้บันทึกเอาหน่วยคำและคำไว้ หน่วยคำนี้อาจจะใช้เป็นคำเดี่ยว ๆ หรือสร้างเป็นคำใหม่ได้ ผลการสำรวจพบว่า หน่วยคำเหล่านี้เมื่อไปผสมกับหน่วยอื่นสร้างเป็นคำศัพท์ คำกริยา

และคำคุณศัพท์ยังรักษาความหมายเดิมของตัวเองอยู่คิดเป็นร้อยละ 87.8 93.2 และ 87.0 ตามลำดับ ดังนั้นการศึกษาความหมายของหน่วยคำเหล่านี้ จะทำให้ การเรียนรู้คำศัพท์ในภาษาจีนได้ดี เพราะเมื่อในความทรงจำมีการสร้างหน่วยคำเหล่านี้ แล้ว เมื่อเรียนรู้คำศัพท์เข้าไปจะมีการเชื่อมโยงเข้ากับข้อมูลที่มีอยู่ สร้างเป็นเครือข่ายคำศัพท์ จะมีประโยชน์ต่อผู้เรียนในการระลึกและดึงเอาข้อมูลมาใช้

2.3 วิธีการจำคำศัพท์เป็นกลุ่มก้อน (词块记忆法)

นักภาษาศาสตร์ Beacher มีความเห็นว่าการจดจำและการจัดเก็บภาษาการ ถ่ายทอดและการใช้ภาษาไม่ได้มีการจัดเก็บหรือใช้เพียงอาศัยคำศัพท์ตัวเดียว เป็นหน่วยทฤษฎีความจำในจิตวิทยาการเรียนรู้ชี้ให้เห็นว่าช่วงความจำระยะสั้น ของผู้เรียนในแต่ละหน่วยสามารถจำได้ $7 + 2$ ตัวอักษรหรือตัวเลขการรวมกันที่ มีความหมายมากเท่าใดก็จะสามารถจำได้มากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการจำคำศัพท์เป็นก ลุ่มจะไม่สร้างความยากในการจำเพราะการจำแบบกลุ่มคำเหล่านี้มีบริบทที่พื้น หลังและมีการสร้างความทรงจำที่มีความหมายจะสามารถทำให้จำได้ดีกว่าการจำคำ ศัพท์เป็นคำ ๆ ผู้เรียนสามารถสร้างเป็นกลุ่มคำหรือเป็นประโยคได้วิธีนี้เหมาะกับผู้ เรียนระดับพื้นฐานเพราะจะช่วยให้ผู้เรียนค่อย ๆ เข้าใจระบบภาษาจีนและ ค่อย ๆ ใช้ภาษาจีนเป็น

2.4 วิธีการวิเคราะห์คำศัพท์ (生词辨析法) วิธีนี้คือการนำ คำศัพท์ที่คล้ายคลึงกันมาวิเคราะห์ ผลดีก็คือทำให้ผู้เรียนเรียนรู้คำศัพท์ได้ แม่นยำขึ้นลดปัญหาของการอ่าน ใช้ และเข้าใจผิดของคำที่ใกล้เคียงกัน แต่ต้อง ระวังสำหรับระดับการรับรู้ของผู้เรียนการวิเคราะห์คำศัพท์ที่ไม่เหมาะสมกับ ระดับผู้เรียนจะทำให้เกิดปัญหาแก่ผู้เรียน เช่น

ด้านความหมายในภาษาจีนมีคำที่มีความหมายเหมือนกัน หลายคำบางตัววิธีการใช้ยังเหมือนกันเสียด้วย แต่ในด้านของความหมายอาจจะ มีความต่างกันบ้างเล็กน้อยดังนั้นการแยกวิเคราะห์คำศัพท์เหมือนกัน และคำศัพท์ คล้ายกันนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ด้านรูปร่างหน้าตาของคำศัพท์ตัวอักษรจีนประกอบขึ้นด้วย
ขีดต่าง ๆ บางตัวมีลักษณะคล้ายกันมากผู้เรียนที่ไม่คุ้นเคยกับลักษณะอักษรเช่น
นี้มักจะไม่สามารถแยกแยะได้

ด้านการออกเสียงผู้เรียนในบางประเทศเช่นประเทศไทยไม่
สามารถแยกคำศัพท์ที่มีเสียงเดียวกัน ดังนั้นการสอนคำศัพท์ให้แก่ผู้เรียนชาว
ไทยควรจะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์คำศัพท์ที่มีเสียงเหมือนกัน

2.5 วิธีจำแบบเชื่อมโยง (联想记忆法) นักภาษาศาสตร์
Ferdinand de Saussure มีความคิดเห็นว่า ความสัมพันธ์ของประโยคและ
ความสัมพันธ์ของการคิดเชื่อมโยงเป็นความสัมพันธ์พื้นฐานภายในระบบภาษา
ความสัมพันธ์ของการเชื่อมโยงก็คือการนำปัจจัยสำคัญที่ไม่ปรากฏในบทออกมา
ผสมรวมกันเป็นชุดความจำที่แฝงตัวอยู่ หากนำเอาวิธีจำแบบเชื่อมโยงมาใช้กับ
การเรียนรู้คำศัพท์จะช่วยกระตุ้นการสร้างขอบข่ายความหมายและถ้าหาก
คำศัพท์ภายในขอบข่ายความหมาย รวมตัวกันเป็นเครือข่ายจะเพิ่มเบาะแสให้กับกร
จดจำ และถ้าหากการจัดประเภทในขอบข่ายความหมายชัดเจน มีระเบียบแบบแผน
จะเป็นประโยชน์ต่อการจดจำคำศัพท์มากยิ่งขึ้น

2.6 วิธีจำแบบอาศัยบริบท (上下文记忆法) บริบทจะ
ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจคำศัพท์ กลุ่มคำ การเรียนรู้คำศัพท์จากบริบทจะทำให้ผู้เรียน
เข้าใจความหมายที่ชัดเจน อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนรู้วิธีการใช้คำศัพท์เหล่านั้นอีกด้วย

2.7 วิธีการจำแบบประยุกต์ใช้ (活用记忆法) วิธีนี้เป็นการ
เรียนรู้จากบริบทเช่นกัน การประยุกต์ใช้นี้ส่วนใหญ่หมายถึงการประยุกต์ใช้จาก
ชีวิตจริงแล้วทำให้ผู้เรียนเพิ่มความเข้าใจคำศัพท์ลึกซึ้งไปอีกชั้น ทั้งยังเพิ่มระดับการจำ
วิธีการเรียนในรูปแบบนี้ ได้แก่ ใช้คำศัพท์ที่เรียนมาแต่งประโยค อ่านนิตยสาร
วารสาร ดูโทรทัศน์ จดคำศัพท์จดคำศัพท์จากการสนทนากับผู้อื่นเป็นต้น วิธีการ
นี้ช่วยสร้างปัจจัยทางอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ ผู้เรียน แล้วยังทำให้ระดับ
ความจำสูงขึ้นด้วย

3. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามและ 2) แบบสัมภาษณ์ เรื่อง กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ได้นำแนวคิดจากทฤษฎีแนวคิดทฤษฎีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของ Zhao Minghui (2,P20-23) เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย

3.1 แบบสอบถามกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ

ตอนที่ 2 กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน ตามทฤษฎีของ Zhao Minghui (2,P20-23) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 7 กลวิธีดังนี้ 1) กลวิธีการจดจำแบบรูปร่างตัวอักษร (字形记忆法) 2) กลวิธีการวิเคราะห์หน่วยคำ (语素分析法) 3) กลวิธีการจำคำศัพท์เป็นกลุ่มก้อน (词块记忆法) 4) กลวิธีการวิเคราะห์คำศัพท์ (生词辨析法) 5) กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง (联想记忆法) 6) กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท (上下文记忆法) 7) กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ (活用记忆法)

3.2 แบบสัมภาษณ์กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน

แบบสัมภาษณ์นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 37 คน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 ที่ใช้ในการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนว่า นักศึกษามีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนอย่างไร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามและดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย นักศึกษาสาขา

วิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ลงคะแนนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 37 คน โดยมีการอธิบายกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนตามทฤษฎี Zhao Minghui (2,P20-23) หลังจากกลุ่มตัวอย่างวิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (percentage) ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 37 คนซึ่งดำเนินการวิเคราะห์โดยมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้ 1. ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการจดจำคำศัพท์ ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีรายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1: จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	6	16.22
1.2 หญิง	31	83.78
รวม	37	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.78) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 16.22)

ตารางที่ 2 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลวิธีจดจำคำศัพท์ภาษาจีน 7 กลวิธีของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับที่ใช้ในการจำ
วิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษร(字形记忆法)	2.95	1.23	ปานกลาง
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำ(词素分析法)	2.73	0.98	ปานกลาง
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน(词块记忆法)	2.30	1.11	น้อย
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์(生词辨析法)	2.97	0.85	ปานกลาง
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง(联想记忆法)	3.51	0.60	มาก
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท(上下文记忆法)	2.19	1.04	น้อย
วิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้(活用记忆法)	4.51	0.83	มากที่สุด

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน เมื่อจำแนกเป็นรายกลวิธีพบว่า มีกลวิธีการจำคำศัพท์ภาษาจีนอยู่ในระหว่างระดับมากที่สุดถึงระดับน้อย ทั้ง 7 กลวิธี คือ วิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ ($\bar{X}=4.51$) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง ($\bar{X}=3.51$) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์ ($\bar{X}=2.97$) วิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษร ($\bar{X}=2.95$) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำ ($\bar{X}=2.73$) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน ($\bar{X}=2.30$) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท ($\bar{X}=2.19$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 : จำนวนและร้อยละของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน 7 กลวิธี

กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน	จำนวนและร้อยละ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษร (字形记忆法)	3 (8.11)	11 (29.73)	11 (29.73)	5 (13.51)	7 (18.92)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำ (语素分析法)	1 (2.70)	7 (18.92)	14 (37.84)	11 (29.73)	4 (10.81)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน (词块记忆法)	1 (2.70)	4 (10.81)	12 (32.43)	8 (21.63)	12 (32.43)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์ (生词辨析法)	2 (5.40)	5 (13.51)	22 (59.47)	6 (16.22)	2 (5.40)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง (联想记忆法)	2 (5.40)	15 (40.54)	20 (54.06)	0 (0)	0 (0)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท (上下文记忆法)	1 (2.70)	3 (8.11)	9 (24.32)	13 (35.14)	11 (29.73)
กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ (活用记忆法)	26 (70.2)	5 (13.51)	5 (13.51)	1 (2.70)	0 (0)

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับมากที่สุดคือกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับมาก คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับปานกลาง คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 59.47 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับน้อย คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.14 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับน้อยที่สุด คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 เมื่อวิเคราะห์รายกลวิธี พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษรมากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.11 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษรมากจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.73 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษรปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.73 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษรน้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษรน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.92 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำมากที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำมากจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.92 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำปานกลางจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 37.84 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำน้อยจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.73 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธี

การจัดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81

นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อนมากที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อนมากจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อนปานกลางจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อนน้อยจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 21.63 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อนน้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43

นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยงมากที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยงมากจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยงปานกลางจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 54.06 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยงน้อย จำนวน 0 คนคิดเป็นร้อยละ 0 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจัดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยงน้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการการจัดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบทมากที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการการจัดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบทมากจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.11 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการการจัดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบทปานกลางจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 24.32 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการการจัดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบทน้อยจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.14 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการการจัดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบทน้อยที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.73

นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้มากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้มากจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ปานกลางจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้น้อยจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนมีกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้น้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4: ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับ	เพศ
1	หญิง
2	หญิง
3	ชาย
4	หญิง
5	หญิง
6	หญิง
7	หญิง
8	หญิง
9	หญิง
10	หญิง
11	ชาย
12	หญิง

13	หญิง
14	หญิง
15	หญิง
16	หญิง
17	หญิง
18	หญิง
19	ชาย
20	หญิง
21	หญิง
22	หญิง
23	ชาย
24	หญิง
25	หญิง
26	หญิง
27	หญิง
28	หญิง
29	ชาย
30	หญิง
31	หญิง
32	หญิง
33	หญิง
34	หญิง
35	หญิง
36	หญิง
37	ชาย

ตารางที่ 5 ข้อมูลแสดงรายละเอียดจากการสัมภาษณ์เรื่องกลวิธีการจำคำศัพท์ภาษาจีนจากกลุ่มตัวอย่างวิจัยนักศึกษาศาสนาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ให้สัมภาษณ์	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
1	"ท่องจำคำศัพท์เยอะ ๆ และเขียนควบคู่ไปพร้อมกัน จึงทำให้จำคำศัพท์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น"
2	"ดูซีรี่ย์ภาษาจีนเยอะ ๆ ช่วงแรก ๆ จะฟังไปด้วยดูซับภาษาไทยไปด้วย ช่วงหลัง ๆ จะฟังภาษาจีนแบบไม่ดูซับภาษาไทย"
3	"การจดจำคำศัพท์มาจากการถามสี่ โดยการตั้งคำถามสี่ให้เป็นภาษาจีน"
4	"ดู Vlog ฟังวิทยุต่างประเทศจีน เพราะในคลิปจะมีคำศัพท์มากมาย ทำให้เราได้เรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ไปในตัวด้วย"
5	"การจดจำคำศัพท์จากในชีวิตประจำวัน เช่น การเขียนคำศัพท์แปลไว้ตามสิ่งของในห้องหรือในบ้าน จึงจะทำให้เห็นบ่อย ๆ จึงจดจำคำศัพท์ได้"
6	"การจดจำคำศัพท์จากในชีวิตประจำวัน เช่น คิดตามศิลปินคนจีนที่ชื่นชอบจึงมีแรงบันดาลใจในการฝึกฝนเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน"
7	"ใช้แอปพลิเคชัน WeChat ค้นหาแลกเปลี่ยนความรู้กับคนจีน"
8	"พยายามใช้ภาษาจีนในชีวิตประจำวันให้มากที่สุด เช่น ค้นหาเกี่ยวกับเพื่อนคนจีน"
9	"ฝึกอ่าน เขียน ฟัง ท่องจำบ่อย ๆ จนคุ้นชิน และประคองประโยค"
10	"ดูหนัง ฟังเพลง อ่านข่าว เล่น Weibo พูดคุยกับแฟนคลับคนจีนที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกับเรา"
11	"ดูซีรี่ย์จีน"
12	"ติดตามข่าวจีนจาก Weibo"
13	"แชทกับเพื่อนคนจีน"
14	"ดู Vlog ฟังวิทยุต่างประเทศบ่อย ๆ"
15	"อ่านนิยายจีนบ่อย ๆ"
16	"ชื่นชอบศิลปินชาวจีนและติดตามข่าวสารจากเว็บไซต์จีน"
17	"ชอบดูซีรี่ย์จีน และศึกษาคำศัพท์จากการดูซีรี่ย์จีน"
18	"ฝึกการใช้ภาษาจีนโดยการตั้งคำถามหาหรือโทรศัพท์เป็นภาษาจีน"
19	"หาแอปพลิเคชันหาเพื่อนชาวจีน"
20	"ดูวาไรตี้ โฆษณาสื่อต่าง ๆ ของจีน"
21	"แชทกับป๊อปปูล่าจีน"
22	"ฝึกเขียนด้วยอักษรจีนบ่อย ๆ จะทำให้จำได้"
23	"เข้ากลุ่มพูดคุยกับแฟนคลับชาวจีนที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกับเรา"
24	"ดูซีรี่ย์จีน คิดตามศิลปินที่เรารัก"
25	"เรียนรู้คำศัพท์จากการแชทกับเพื่อนชาวจีน"
26	"พอสนใจอยากใช้คำศัพท์ภาษาจีนที่พบเห็นจากที่ต่าง ๆ"
27	"ติดตามข่าวศิลปินจีนที่ชื่นชอบจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ของจีน"
28	"ฝึกเขียนด้วยอักษรจีนบ่อย ๆ จะทำให้จำคำศัพท์ได้"
29	"ใช้ We Chat พูดคุยกับเพื่อนชาวจีนเป็นประจำ"
30	"อ่านนิทานจีน ที่มีเรื่องราวคล้าย ๆ กับของไทย"
31	"ฟังเพลงจีน และเอาเนื้อร้องมาฝึกหรือตาม จะได้เรียนรู้คำศัพท์และจดจำคำศัพท์ใหม่ ๆ"
32	"เอาคำศัพท์จากป๊อปปูล่าจีนที่ประกอบในกันนั้น ๆ"
33	"ติดตามเว็บไซต์ที่ให้ความรู้และงานและจดจำเอามาใช้"
34	"ติดตามเว็บไซต์ที่ให้ความรู้เฉพาะทางภาษาจีน"
35	"เข้ากลุ่มชื่นชอบศิลปินจีน และพูดคุยกับแฟนคลับ"
36	"ชอบดูละครจีน ที่มีการพากย์เป็นภาษาจีน"
37	"ชอบฟังและร้องเพลงจีน ฝึกอ่านคำศัพท์และท่องจำคำศัพท์จากเพลงจีน"

จากตารางที่ 5 พบว่าจากการสัมภาษณ์นักศึกษาศาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 37 คนสรุปได้ว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่ากลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ตามกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนเป็นกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนที่เหมาะสมตัวเองมากกว่า

จากข้างต้นที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า นักศึกษาศาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 แขนงภาษาจีนเพื่องานอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จะค้นพบวิธีการจดจำคำศัพท์ที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด โดยนักศึกษาเลือกใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบประยุกต์ใช้ ตามทฤษฎีกลยุทธการจำของ Zhao Minghui (2,P20-23) วิธีการนี้เป็นการเรียนรู้จากบริบทเช่นกัน การประยุกต์ใช้ในส่วนใหญ่มุ่งหมายถึงการประยุกต์ใช้ชีวิตจริง แล้วทำให้ผู้เรียนเพิ่มความเข้าใจคำศัพท์ลึกไปอีกชั้น ทั้งยังเพิ่มระดับการจำ ซึ่งวิธีการเรียนในรูปแบบนี้ได้แก่ใช้คำศัพท์ที่เรียนมาแต่งประโยค อ่านนิตยสาร วารสาร ดูโทรทัศน์ จดคำศัพท์จากการสนทนากับผู้อื่น เป็นต้น วิธีการนี้จะช่วยสร้างปัจจัยทางอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ผู้เรียน แล้วยังทำให้ระดับความจำสูงขึ้นด้วย

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาศาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาศาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.78) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 16.22)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีน 7 กลวิธีของ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ ภาษาจีนเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนอยู่ในระหว่างระดับมากที่สุดถึงระดับน้อยทั้ง 7 กลวิธี คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.51) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง ($\bar{X}$ =3.51) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์ ($\bar{X}$ =2.97) วิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบรูปร่างตัวอักษร ($\bar{X}$ =2.95) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์หน่วยคำ ($\bar{X}$ =2.73) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน ($\bar{X}$ =2.30) วิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท ($\bar{X}$ =2.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับมากที่สุดคือกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับมาก คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเชื่อมโยง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับปานกลาง คือกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบวิเคราะห์คำศัพท์ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 59.47 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับน้อย คือ กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบอาศัยบริบท มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.14 นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนระดับน้อยที่สุด คือกลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบเป็นกลุ่มก้อน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43

ตารางที่ 5 ผลการสัมภาษณ์นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จะค้นพบวิธีการจดจำคำศัพท์ที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด โดยนักศึกษาเลือกใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนแบบประยุกต์ใช้ ตามทฤษฎีกลยุทธการจำของ Zhao Minghui (2,P20-23) วิธีการนี้เป็นการเรียนรู้จากบริบทเช่นกัน การประยุกต์ใช้นี้ส่วนใหญ่หมายถึงการประยุกต์

ใช้ชีวิตจริง แล้วทำให้ผู้เรียนเพิ่มความเข้าใจคำศัพท์ลึกไปอีกชั้น ทั้งยังเพิ่มระดับการจำ ซึ่งวิธีการเรียนในรูปแบบนี้ได้แก่ใช้คำศัพท์ที่เรียนมาแต่งประโยค อ่านนิยายสาร วารสาร ดูโทรทัศน์ จดคำศัพท์จากการสนทนากับผู้อื่นเป็นต้น วิธีการนี้จะช่วยสร้างปัจจัยทางอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ผู้เรียน แล้วยังทำให้ระดับความจำสูงขึ้นด้วย

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ผลแต่ละด้านของระดับกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จะมีความ แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับกลวิธีการจดจำคำศัพท์ที่นักศึกษานำไปใช้ในแต่ละคำศัพท์ เมื่อศึกษาแต่ละด้าน พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนชั้นปีที่ 3 จะใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิธีการนี้เป็นการเรียนรู้จากบริบท การประยุกต์ใช้ส่วนใหญ่หมายถึงการประยุกต์ใช้ชีวิตจริง ซึ่งวิธีการเรียนในรูปแบบนี้ได้แก่ใช้คำศัพท์ที่เรียนมาแต่งประโยค อ่านนิยายสาร วารสาร ดูโทรทัศน์ จดคำศัพท์จากการสนทนากับผู้อื่นเป็นต้น วิธีการนี้จะช่วยสร้างปัจจัยทางอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ผู้เรียน และเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ได้ตามแนวทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพันธ์ พิชญ์ประเสริฐ อัจฉริย์ พิมพิบูลและมาลีรัตน์ ขจิตเนติธรรม (2562,174) ได้ทำการศึกษา องค์ประกอบของการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามแนวทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง แนวคิดเดอะบิกซิกและกระบวนการเรียนรู้แบบกลุ่มสืบสอบ เพื่อพัฒนาทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์

(Social Media) ตามแนวทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองแนวคิดเดอะบิกซิก และกระบวนการเรียนรู้แบบกลุ่มสืบสอบ เพื่อพัฒนาทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 มีผลต่อการพัฒนาทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี ของนักเรียนกลุ่มทดลองในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ซึ่งจากผล การศึกษานี้เป็นที่ยืนยันได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ทำให้นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จะใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์แบบประยุกต์ใช้มากที่สุด เนื่องจากผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นผู้เรียนยุค Gen Net หมายถึงผู้เรียนที่เกิดในช่วงปลายของสหัสวรรษที่แล้วถึงช่วงต้นสหัสวรรษปัจจุบัน ผู้เรียนกลุ่มนี้ถือเป็นผู้เรียนในยุคแห่งอนาคตได้ซึ่งรับการมองว่ามีคุณสมบัติที่แตกต่างจากในยุคที่ผ่านมาค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากที่ผู้เรียนกลุ่มดังกล่าวเกิดมาพร้อมกับยุคที่มีคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เครื่องมือสื่อสาร โทรศัพท์มือถือและเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน (ถนอมพร เลาหจรัสแสง, 2550)

ด้วยเหตุนี้ การเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย จึงทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ได้ง่าย จึงทำให้นักศึกษาเลือกใช้กลวิธีการจดจำคำศัพท์ตามกลยุทธ์การจำ คำศัพท์ภาษาจีนของ Zhao Minghui (2,P20-23) ที่ได้ระบุไว้ว่า กลวิธีการจดจำ คำศัพท์แบบประยุกต์ใช้ส่วนใหญ่หมายถึงการประยุกต์ใช้จากชีวิตจริงแล้วทำให้ ผู้เรียนเพิ่มความเข้าใจคำศัพท์ลึกซึ้งไปอีกชั้น ทั้งยังเพิ่มระดับการจำวิธีการเรียน รู้ในรูปแบบนี้ ได้แก่ ใช้คำศัพท์ที่เรียนมาแต่งประโยค อ่านนิตยสาร วารสาร ดูโทรทัศน์ จดจำคำศัพท์จากการสนทนากับผู้อื่น เป็นต้น ซึ่งวิธีการนี้ช่วยสร้าง ปัจจัยทางอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ผู้เรียน และยังทำให้ระดับความจำสูงขึ้น อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. นักวิจัยสามารถนำกลวิธีการจดจำคำศัพท์ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน

2. ผู้ที่เรียนภาษาจีนสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนภาษาจีน
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.งานวิจัยครั้งนี้ได้ข้อองค์ความรู้ที่สำคัญคือกลวิธีการจดจำคำศัพท์
ภาษาจีนแบบประยุกต์ใช้เป็นกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนที่ผู้เรียนภาษาจีน
หรือภาษาต่างประเทศสามารถนำกลวิธีนี้ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนได้

3. สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปนักวิจัยควรให้ความสำคัญกับการ
เปรียบเทียบกลวิธีการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนโดยจำแนกตามตัวแปร ชั้นปี เพศ
และความรู้พื้นฐานภาษาจีนก่อนเข้ามาศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

เขมิกา หับทิมใส. (2546). การพัฒนาแบบฝึกกลวิธีการเรียนรู้ศัพท์ภาษาอังกฤษ
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม อำเภอท่ามะกา
จังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

โชติกานต์ ใจบุญ. (2559). กลยุทธ์การจำและการสอนภาษาจีน. *Proceedings.*
การประชุมวิชาการนำเสนอ บทความวิชาการระดับชาติ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 29-40

ถนอมพร เลหาจรัสแสง. (2550). นิยามเรียนรู้เชิงวัตถุ Learning Object
เพื่อการออกแบบพัฒนา สื่ออิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเทคโนโลยีและ
สื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*, 4(4), 50-59.

ถาวร สิกขโกศล. (2551). วิวัฒนาการของรูปลักษณะอักษรจีน. *ศิลปวัฒนธรรม*.
29(12), 146-160.

เจียรชัย เอี่ยมวรเมธ. (1977). *พจนานุกรมจีน-ไทย*. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.

นพาวรรณ ใจสุข. (2556). การพัฒนาทักษะการจดจำคำศัพท์ภาษาจีนของ
นักเรียน ระดับประกาศนียบัตร

วิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 (ปวช.2). สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2565, จาก <http://>

www.google.co.th/url

- นันทิดา ปินะสุ. (2555). การพัฒนาทักษะการจำคำศัพท์และการอ่านออกเสียง คำศัพท์ภาษาจีนโดยใช้การ์ด คำศัพท์ทบทวนตัวเอง. รายงานการวิจัย. ชลบุรี : วิทยาลัยเทคโนโลยีพนิชการสัตหีบ.
- นาริรัตน์ วัฒนเวฬุ. (2560). การศึกษากลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนของ นักศึกษสาขาวิชาภาษาจีนคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารสงขลา นครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์, 23(1), 93-134.
- นรินทร์ชัย สะภูริวัฒน์.(2555). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนภาษาจีนตาม แนวคิดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติโดยใช้เทคนิคการจำตัวอักษรจีน แบบเชื่อมโยงเพื่อเสริมสร้างความสามารถในอ่านของนักศึกษา ปริญญาตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร).
- ประยุทธ์ ไทยธานี. (2558). ความจำ(+) Humanities and Social Sciences Branch(+). นครราชสีมา : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา.
- ปิยะพันธ์ พิชญ์ประเสริฐ อัจฉริย์ พิมพิมูล และมาลีรัตน์ ขจิตเนติธรรม. (2562). องค์ประกอบของรูปแบบการ เรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามแนว ทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง แนวคิดเดอะบิกซิกและ กระบวนการเรียนรู้แบบกลุ่มสืบสอบ เพื่อพัฒนาทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 30(3), 174-184.
- ยิ่งรัก ขุนชาติประเสริฐ. (2546). กลวิธีการเรียนรู้ภาษาจีนกลางของนักศึกษาไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ล้วน สายยศ, อังคณา สายยศ. (2527) ความถนัดด้านการเรียน. กรุงเทพฯ สุวีริยาสาส์น.

การศึกษาวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผัน
หรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีน

The Analysis of Grammatical Functions and Semantic Aspects
of Antonyms “反而” and “相反” in Chinese

ชาลิสา กลิ่นสกุล¹, ภิญญดา เพื่อนนาค² และ วสันต์ ทรัพย์ศิริพันธ์³
Chalisa Klinsakul¹, Pinyada Puennak² and Wasan Supsiriphan³

Received: August 17, 2022

Revised: November 28, 2022

Accepted: December 7, 2022

¹สาขาวิชาภาษาจีน วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
Chinese Language Department, College of Liberal Arts,
Rangsit University
(Email: Jaoka1242@gmail.com)

²สาขาวิชาภาษาจีน วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
Chinese Language Department, College of Liberal Arts,
Rangsit University
(Email: Pinyada7512@gmail.com)

³สาขาวิชาภาษาจีน วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
Chinese Language Department, College of Liberal Arts,
Rangsit University
(Email: wasan.s@rsu.ac.th)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีนจากตัวอย่างประโยคที่ปรากฏอยู่ในคลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) ปี 2022 ของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง 2) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและประยุกต์ใช้แก่ผู้ที่กำลังศึกษาด้านไวยากรณ์จีน ตลอดจนผู้ที่สนใจเกี่ยวกับคำแสดงความตรงกันข้ามในภาษาจีน ในขอบเขตด้านข้อมูลและขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยคลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) ปี 2022 ของมหาวิทยาลัยปักกิ่งเป็นแหล่งเก็บข้อมูลตัวอย่างประโยค “反而” และ “相反” จากการวิจัยพบว่า “反而” และ “相反” แม้จะมีความหมายและวิธีการใช้ที่ โกล่เคียงกัน กล่าวคือ ทั้งสองคำต่างก็มีบทบาทหน้าที่ในการแสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันในประโยค แต่เมื่อวิเคราะห์จะลึกลงไปทางด้านไวยากรณ์แล้ว จะพบว่า “反而” และ “相反” มีบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ 1) “反而” จะทำหน้าที่เป็น คำวิเศษณ์ในประโยค ใช้วางไว้หน้าคำกริยาคำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์ แสดงการหักมุมผกผันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริง ที่เกิดขึ้น 2) “相反” สามารถทำหน้าที่เป็นได้ทั้งคำเชื่อมและคำคุณศัพท์ในประโยค ใช้วางไว้หน้าหรือหลังคำชนิดต่าง ๆ แสดงความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม จากผลการวิจัยนี้เอง ผู้วิจัยเชื่อว่า ผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่สามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาความสับสนในการใช้ “反而” และ “相反” ได้เท่านั้น ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงความตรงกันข้ามอื่น ๆ ในภาษาจีนได้อีกด้วย

คำสำคัญ: การศึกษาวิเคราะห์, คำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม,

ไวยากรณ์จีน, 反而, 相反

Abstract

The aims of this research are 1) to investigate the grammatical functions and semantic aspects of antonyms “反而” and “相反” in Chinese in example sentences from the database of the Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) 2022 of Peking University 2) to build a learning and application guidelines for Chinese grammar learners and individual interested in Chinese antonyms in the information realm and also the content realm.

This study is qualitative research investigating the grammatical functions and semantic aspects of antonyms “反而” and “相反” in Chinese in example sentences from the database of the Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) 2022 of Peking University. The study discovered that even though “反而” and “相反” convey the similar meaning and usage, in other words, both signify shifted or opposed meaning in a sentence, with a deeper analysis of their grammatical functions, “反而” and “相反” employ completely different grammatical functions. 1) “反而” serves as an adverb positioning itself in front of a verb, an adjective, a Preposition or an adverb to signify a shift in an expected event. 2) “相反” can serve as both a conjunction and an adjective positioning itself in front of or behind various types of words to signify the contrast between two things, both concrete and abstract. Due to this finding, the authors believe that this study result can benefit by not only eliminating the

confusion in the usage of “反而” and “相反”, but also act as a guideline for grammatical functions and semantic aspects of other Chinese antonyms.

Keywords: Analyst, antonym, Chinese grammar, 反而, 相反

บทนำ

ในภาษาจีนมีคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งคำเหล่านั้นต่างก็มีบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ที่ใกล้เคียงกัน โดยอาจแตกต่างกันบ้างในด้านการใช้และการสื่อความหมายในประโยค จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้ที่ศึกษาภาษาจีนเกิดความสับสนในการเลือกใช้คำเหล่านั้นในการสื่อสาร ซึ่งการเลือกใช้คำผิดอาจส่งผลให้ความหมายที่ต้องการแสดงเกิดความคลาดเคลื่อนเนื่องจากผิดหลักไวยากรณ์ที่ถูกต้อง จากการศึกษาประเภทคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันทั้งหมดที่ผู้ศึกษาภาษาจีนมักใช้ผิด คำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม (Zhu, 2017) ค่อนข้างมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะ “反而” และ “相反” เนื่องจากทั้งสองคำนี้เมื่อแปลเป็นภาษาไทยแล้ว ต่างก็มีความหมายว่า “ในทางกลับกัน” หรือ “ตรงกันข้าม” (Pei, 2010) อีกทั้งตำแหน่งในประโยคของทั้งสองคำนี้ยังใกล้เคียงกันอีกด้วย ด้วยเหตุนี้เอง จึงเป็นผลทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสน และมักใช้ผิดหลักไวยากรณ์อยู่บ่อย ๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นไปทางด้านการศึกษสาเหตุและข้อผิดพลาดทางการใช้คำ เช่นงานวิจัยของ Feng (2012) He (2015) และ Wang (2017) ทั้งสามงานวิจัยนี้ต่างก็ให้ผลสรุปที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ สาเหตุหลักที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการใช้คำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม ได้แก่ ผลกระทบจากภาษาแม่ ผลกระทบจากแบบเรียน และผลกระทบจากการเรียนการสอน ซึ่งหาก

ดูจากด้านที่มุ่งเน้นศึกษาแล้ว จะพบว่า การศึกษาวิจัยที่เน้นการวิเคราะห์เกี่ยวกับสาเหตุและข้อผิดพลาดทางการใช้คำต่าง ๆ ในภาษาจีนนั้นมักจะใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามเป็นวิธีวิจัยหลัก ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะค่อนข้างไปทางด้านสถิติที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนในชั้นเรียนเป็นสำคัญ อาจทำให้การอธิบายเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ไม่ละเอียดเท่าที่ควร สำหรับทางด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะพบได้ตามหนังสือ แบบเรียน ตำรา หรือพจนานุกรม ซึ่งใช้วิธีการอธิบายแบบกว้าง ๆ โดยยกตัวอย่างประกอบเพียงเล็กน้อย และเน้นเนื้อหาด้านความหมายเป็นหลัก เช่น หนังสือ แบบเรียน หรือตำราของ Jing (1980) Wang & An (1980) Yang & Jia (2003) Ma (2007) และ Lu (2016) ที่ระบุบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” หรือ “相反” ไว้เพียงเล็กน้อย ตามด้วยการอธิบายความหมายอย่างคร่าว ๆ มิได้วิเคราะห์ลงรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบโครงสร้าง ตลอดจนบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์อื่น ๆ ที่อาจปรากฏขึ้นจากการวิเคราะห์ประโยคในเชิงลึก ทำให้ผู้ที่สนใจศึกษาเกิดความยากในการทำ ความเข้าใจและการนำไปใช้ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “反而” และ “相反” ในด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์โดยตรง โดยวิเคราะห์ชนิดของคำ ตำแหน่งในประโยค โครงสร้างทางวากยสัมพันธ์และการแสดง ความหมายของ “反而” และ “相反” ตามหลักทฤษฎี ไวยากรณ์ที่ถูกต้องอย่างละเอียด เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักการใช้ที่ถูกต้องแม่นยำ และเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและประยุกต์ใช้แก่ผู้ที่กำลังศึกษาหรือสนใจไวยากรณ์จีนในด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีน



2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและประยุกต์ใช้แก่ผู้ที่กำลังศึกษาหรือสนใจไวยากรณ์จีนในด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反”

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสารและแหล่งข้อมูลทางวิชาการ มีขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีนจากเอกสาร ตำรา และบทความทางวิชาการต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์และมีความถูกต้องตามหลักวิชาการ

2. รวบรวมตัวอย่างประโยคที่มีคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ปรากฏอยู่จากคลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) ปี 2022 ของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของทั้งสองคำ

3. วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ที่ปรากฏอยู่ในประโยคตัวอย่าง โดยใช้หลักทฤษฎีทางไวยากรณ์ที่ได้จากเอกสาร ตำรา และบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง จากนั้นสรุปเนื้อหาพร้อมทั้งอภิปรายผลการวิจัยโดยใช้ตัวอย่างประโยคจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องบางส่วนเพื่อประกอบการอธิบายเพิ่มเติม

ผลการศึกษา

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ด้วยหลักตำแหน่งในประโยคและโครงสร้างทางวากยสัมพันธ์ของ Guo (1999) และหลักหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำชนิดต่าง ๆ ของ Huang & Liao (2017) ซึ่งจากการวิเคราะห์ประโยค

ตัวอย่างของการแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ที่ปรากฏอยู่ในคลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) ปี 2022 ของมหาวิทยาลัยปักกิ่งด้วยหลักดังกล่าว ผู้วิจัยพบบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของทั้งสองคำดังต่อไปนี้

1. บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而”

สำหรับบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” ในวงวิชาการภาษาจีนมีความเห็นแตกต่างกันออกไป บ้างก็ว่าทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ เช่น Lu (2016) บ้างก็ว่าทำหน้าที่เป็นคำเชื่อม เช่น Wang & An (1980) บ้างก็ว่าทำหน้าที่เป็นทั้งคำวิเศษณ์และคำเชื่อม เช่น Jing (1980) ซึ่งปัญหานี้เราสามารถแก้ไขได้ด้วยการวิเคราะห์ตำแหน่งและโครงสร้างประโยคที่ “反而” ปรากฏอยู่

อย่างที่ทราบกันโดยทั่วกันว่า “反而” เป็นคำที่ใช้เพื่อแสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (Lu, 2016) เช่น

(1) 想不到蒋介石不仅没有表扬，反而大动肝火。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

“反而” ในประโยคตัวอย่างที่ (1) แสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้ “表扬” กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นคือ “大动肝火” จากตัวอย่างดังกล่าว ทำให้เรารู้ถึงหน้าที่หลักทางด้านการแสดงความหมายของ “反而” ซึ่งนอกจากบทบาทหน้าที่ทางด้านความหมายแล้ว “反而” ยังมีบทบาทหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งก็คือ บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ โดยบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” นั้น เราสามารถวิเคราะห์ได้จากตำแหน่งและโครงสร้างประโยคที่ “反而” ปรากฏอยู่ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(2) 股价上升，成交量反而减少。



(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(3) 你不要性急，弄不好反而让他们生疑心。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(4) 老在这里观望不进，上面怪罪下来，反而不好。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(5) 现在这样比阔气，比奢侈，不但不被责罚，反而被认为是荣耀的事。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(6) 在承认一系列假设的基础上，认为组合投资理论经过实践检验是错误的结论，反而更加错误。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

จากตัวอย่างที่ (2) - (6) “反而” ปรากฏอยู่ในรูปแบบโครงสร้าง “คำนาม + 反而 + คำกริยา” “วลี + 反而 + คำกริยา” “反而 + คำคุณศัพท์” “反而 + คำบุพบท” และ “反而 + คำวิเศษณ์” ตามลำดับ ซึ่งจากโครงสร้างดังกล่าว เราสามารถเห็นได้ว่า “反而” นอกจากจะสามารถปรากฏอยู่หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทและคำวิเศษณ์แล้ว ยังสามารถปรากฏอยู่หลังคำนามหรือวลีได้อีกด้วย แต่มีข้อสังเกตอยู่ประการหนึ่งคือ ไม่ว่า จะอยู่ในรูปแบบโครงสร้างแบบใด “反而” จะปรากฏอยู่หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์เสมอ ซึ่งลักษณะเช่นนี้เป็นลักษณะของ คำวิเศษณ์ ที่ทำหน้าที่หลักเป็นบทขยายกริยาในประโยค (Huang & Liao, 2017) ดังนั้นจึงไม่ยากที่จะวิเคราะห์ว่าบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” คือการทำหน้าที่เป็น คำวิเศษณ์ เพราะหากดูจากประโยคตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ในตัวอย่างที่ (2) และ (3) “反而” ทำหน้าที่ขยายคำกริยา “减少” และ คำ

กริยา “让” ตามลำดับ ในตัวอย่างที่ (4) “反而” ทำหน้าที่ขยายคำคุณศัพท์ “不好” ในตัวอย่างที่ (5) “反而” ทำหน้าที่ขยายคำบุพบท “被” และในตัวอย่างที่ (6) “反而” ทำหน้าที่ขยายคำวิเศษณ์ “更加”

นอกจากจะทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์โดยอยู่หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์แล้ว “反而” ยังมักปรากฏร่วมกับคำกริยานุเคราะห์หรือคำเชื่อมต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(7) 在企业确认CIS的导入方针前，如果匆促而机械地勉强排定实施计划，反而会产生反面效果。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(8) 当地人士组成的管理委员会，在没有了我的干涉钳制后，反而能够按自己的理想方式去管理康复之家。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(9) 如果不犯错，反而意味着我们没有冒足够的风险。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(10) 关羽不但不答应，反而把使者辱骂了一顿，使孙权气得要命。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(11) 木本受金克，但在木特别强盛时，不仅不受金的克制，反而对金进行反侮，称为木侮金。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

ในตัวอย่างที่ (7) - (8) “反而” ปรากฏร่วมกับคำกริยานุเคราะห์ “会” “能够”

ตามลำดับ และในตัวอย่างที่ (9)-(11) “反而” ปรากฏร่วมกับคำเชื่อม “如果” “不但” “不仅” ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า “反而” แม้จะปรากฏอยู่ในโครงสร้างประโยคที่หลากหลาย และมักปรากฏร่วมกับคำกริยานุเคราะห์หรือคำเชื่อมอื่น ๆ แต่ตำแหน่งและหน้าที่ทางไวยากรณ์นั้นยังคงมีเพียงประการเดียว คือเป็นคำวิเศษณ์ ใช้วางไว้หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์ เพื่อทำหน้าที่เป็นบทขยายกริยา แสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันระหว่างส่วนหน้าและส่วนหลังของประโยค หลายท่านอาจมีข้อสังเกตว่า ตำแหน่งที่ “反而” ปรากฏอยู่นั้นมักเป็นตำแหน่งของคำเชื่อม เช่นเดียวกับคำว่า “但是” “可是” “而且” และ “所以” แต่เหตุใดจึงไม่จัด “反而” ให้มีบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์เป็นคำเชื่อมตามตำแหน่งที่กล่าวมานั้นก็เพราะ “反而” แม้ว่าจะปรากฏอยู่ในตำแหน่งของคำเชื่อม แต่ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อม ดังตัวอย่างที่ (7)

在企业确认cis的导入方针前，如果匆促而机械地勉强排定实施计划，反而会产生反面效果。

จากตัวอย่างนี้ จะเห็นได้ว่า “反而” ปรากฏอยู่ในตำแหน่งของคำเชื่อม ที่คล้ายกับทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ที่มีลักษณะหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามระหว่างส่วนหน้า “如果匆促而机械地勉强排定实施计划” และส่วนหลัง “会产生反面效果” ของประโยค แต่ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมเพื่อแสดงความหมายดังกล่าวแต่อย่างใด เพราะหากเราละ “反而” ไว้ ประโยคดังกล่าวก็ยังคงมีความหมายเช่นเดิม ดังตัวอย่าง

在企业确认cis的导入方针前，如果匆促而机械地勉强排定实施计划，会产生反面效果。

จากตัวอย่างข้างต้น แม้ว่าจะทำการละ “反而” ออกไปจากประโยค

ประโยคดังกล่าวก็ยังคงแสดงความหมายการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามอยู่เช่นเดิม ซึ่งจุดนี้เองที่แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่แสดงความหมายการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามในประโยคนี้มิใช่ “反而” หากแต่เป็นรูปประโยคที่ “反而” ปรากฏอยู่ “反而” ในประโยคนี้ ทำหน้าที่เป็นเพียงคำวิเศษณ์ขยายคำกริยา นูเคราะห์ “会” เท่านั้น

นอกจากนี้ “反而” ยังมีลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่ง ซึ่งก็คือ “反而” ไม่สามารถใช้เป็นส่วนของประโยคตามลำพังได้ ดังตัวอย่าง

(12) 你业主最后来问的时候，反而，没有依据。

ในตัวอย่างนี้ “反而” ถูกใช้เป็นส่วนของประโยคตามลำพัง ซึ่งตามหลักไวยากรณ์แล้วไม่สามารถกระทำได้ โดยประโยคที่ถูกต้องการเป็น

(13) 你业主最后来问的时候，反而没有依据。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

ทั้งนี้เพราะ “反而” เป็นคำวิเศษณ์ ทำหน้าที่เป็นบทขยายกริยาในประโยค จึงต้องอยู่ในตำแหน่งหน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์เท่านั้น ไม่สามารถแยกออกมาเพื่อเป็นส่วนของประโยคตามลำพังได้

จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดที่กล่าวมา เราจึงสามารถสรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” คือการเป็นคำวิเศษณ์ในประโยค ทำหน้าที่ขยายคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์ แสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

2. บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反”

“相反” เป็นคำที่ใช้เพื่อแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามเช่นเดียวกับ “反而” โดยแสดงความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้ง



รูปธรรมและนามธรรม (Yang & Jia, 2003) ซึ่งบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” ก่อนข้างมีความหลากหลายกว่า “反而” โดยจากการวิเคราะห์ ตำแหน่งและโครงสร้างประโยคของ “相反” จากตัวอย่างประโยคที่ปรากฏใน คลัง ข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU ปี 2022 พบว่าบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” ที่เห็นได้ชัดประการแรกคือ การทำหน้าที่เป็น คำคุณศัพท์ในประโยค ซึ่งเราสามารถดูได้จากการทำหน้าที่เป็นคำขยายนามและ ภาคแสดง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(14) 如果说出过激的话就等于使了激将法，只会起到相反的作用。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(15) 双方态度也完全相反。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

จากตัวอย่างข้างต้น ในประโยคตัวอย่างที่ (14) “相反” ปรากฏอยู่ใน โครงสร้าง “相反 + 的 + คำนาม” ทำหน้าที่ขยายคำนาม “作用” และใน ตัวอย่างที่ (15) “相反” ปรากฏอยู่ในโครงสร้าง “คำนาม + 相反” ทำ หน้าที่เป็นภาคแสดงของประธาน “双方态度” ซึ่งหน้าที่ในการเป็นบท ขยายคำนามและภาคแสดงของประโยคนั้นต่างก็เป็นหน้าที่โดยทั่วไปทาง ไวยากรณ์ของคำคุณศัพท์ในประโยค

บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์อีกประการหนึ่งของ “相反” คือการทำ หน้าที่เป็นคำเชื่อมในประโยค โดยบทบาทหน้าที่ของคำเชื่อมนี้ Huang & Liao (2017) ได้กล่าวไว้ว่า หน้าที่ของคำเชื่อมคือการเชื่อมคำกับคำ วลีกับวลี ประโยค กับประโยค ให้มีความสัมพันธ์กันแบบคล้อยตาม เป็นเหตุเป็นผล เงื่อนไข หักมุม ผกผันหรือตรงกันข้าม จากการอ้างอิงตามหลักของ Huang & Liao (2017) ผู้วิจัยพบกรณีที่ “相反” ถูกใช้เป็นคำเชื่อมในประโยคดังต่อไปนี้

(16) 和与异不是不相容的，相反，只有几种

异合在一起形成统一时才有和。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(17) 法令或法规的规定，则不属于法令行为，相反可能构成犯罪。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

ในประโยคตัวอย่างที่ (16) - (17) “相反” ต่างก็ทำหน้าที่เชื่อมประโยคหน้าและประโยคหลังให้มีความสัมพันธ์กันแบบหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม โดยมีตำแหน่งอยู่กึ่งกลางระหว่างประโยคทั้งสอง ซึ่ง “相反” ที่ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมในประโยคตัวอย่างทั้งสองนี้ไม่สามารถละได้ เนื่องจากจะทำให้ประโยคขาดความสมบูรณ์ทางด้านความหมาย ซึ่งการที่ไม่สามารถละได้นี้เอง ถือเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของคำเชื่อมที่แสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามในภาษาจีน

จากการวิเคราะห์การปรากฏร่วมกับคำชนิดอื่น ๆ ของ “相反” ผู้วิจัยพบว่า “相反” มักปรากฏร่วมกับบุพบทวิธีที่มีโครงสร้าง “คำบุพบท + คำนาม + 相反” คำคุณศัพท์ คำวิเศษณ์และคำเชื่อมต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(18) 人为、任意，都与自然、自发相反。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(19) 前者是有特别修宪程序的宪法，后者则正相反。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(20) 异与同正好相反。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(21) 前者是人们选取某个类别，并将它分解成各个部分；而后者恰恰相反。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(22) 她不但不放弃，相反更加努力地去练习。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(23) 这时单纯采取治理措施，不仅投资大，有时甚至难以达到治理效果。相反，企业的资源、能源利用率不断提高

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

ในตัวอย่างที่ (18) “相反” ปรากฏร่วมกับบุพบทวลี “与自然、自发” ในตัวอย่างที่ (19) - (20) “相反” ปรากฏร่วมกับคำคุณศัพท์ “正” “正好” ตามลำดับ ในตัวอย่างที่ (21) “相反” ปรากฏร่วมกับคำวิเศษณ์ “恰恰” และในตัวอย่างที่ (22) - (23) “相反” ปรากฏร่วมกับคำเชื่อม “不但” “不仅” ตามลำดับ

นอกจากนี้ “相反” ยังมีลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่ง ซึ่งก็คือ “相反” สามารถใช้เป็นส่วนของประโยคตามลำพังได้ ดังตัวอย่าง

(24) 人与自然之间并不只是面对面地站立着，相反，它们有着原始的关联。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

ทั้งนี้เพราะ “相反” มีบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ในการเป็นคำเชื่อม สามารถปรากฏอยู่กึ่งกลางระหว่างคำกับคำ วลีกับวลี และประโยคกับประโยค ดังนั้นจึงสามารถแยกออกมาเป็นส่วนของประโยคตามลำพังได้

สำหรับบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” สามารถสรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” คือการเป็นทั้งคำคุณศัพท์และคำเชื่อมในประโยค ใช้ในการแสดงความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม

จากผลการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” และ

“相反” เราสามารถเห็นได้ว่า “反而” และ “相反” มีความใกล้เคียงกัน ในด้านความหมาย แต่มีความแตกต่างกันทางด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ ในด้านการเป็นคำวิเศษณ์ การเป็นคำคุณศัพท์และคำเชื่อม รวมถึงมีความแตกต่างด้านความสามารถในการใช้เป็นส่วนของประโยคตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ใช้เพื่อแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม คำทั้งสองนี้ในบางครั้งก็สามารถใช้แทนกันได้ ดังตัวอย่าง

(25) 他的这些行为不但没有证明比别人强大，相反，使得很多同学更加轻视他。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

(26) 他的这些行为不但没有证明比别人强大，反而使得很多同学更加轻视他。

แต่ถึงแม้ว่าจะใช้ทดแทนกันได้ในบางกรณี บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำทั้งสองก็ยังคงมีความแตกต่างกัน เช่น “相反” ในตัวอย่างที่ (25) ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อม โดยเชื่อมความสัมพันธ์แบบหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามระหว่าง “他的这些行为不但没有证明比别人强大” และ “使得很多同学更加轻视他。” ส่วน “反而” ในตัวอย่างที่ (26) ทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ขยายคำกริยา “使得”

สรุปผล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีน ซึ่งในผลการวิจัยนี้ได้ระบุเนื้อหาทางด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ ตำแหน่ง และโครงสร้างทางวากยสัมพันธ์ของ “反而” และ “相反” ไว้อย่างครอบคลุม เช่น “反而” จะทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ในประโยค ใช้วางไว้หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์

แสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น มักปรากฏอยู่ในรูปแบบโครงสร้าง “反而 + คำกริยา” “反而 + คำคุณศัพท์” “反而 + คำบุพบท” และ “反而 + คำวิเศษณ์” ส่วน “相反” สามารถทำหน้าที่เป็นได้ทั้งคำเชื่อมและคำคุณศัพท์ ในประโยค ใช้วางไว้หน้าหรือหลังคำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์หรือคำวิเศษณ์ แสดงความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม มักปรากฏอยู่ในรูปแบบโครงสร้าง “相反 + 的 + คำนาม” “คำนาม + 相反” “คำบุพบท + คำนาม + 相反” “相反 + คำกริยา” “คำคุณศัพท์ + 相反” “คำวิเศษณ์ + 相反” และ “....., 相反,” ซึ่งผลการวิจัยนี้ ผู้ที่สนใจศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาและประยุกต์ใช้ ตลอดจนสามารถใช้เป็นแนวทางในการวิจัยด้านคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามอื่น ๆ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยด้านไวยากรณ์จีนต่อไป

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ พบว่าคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” แม้ว่าจะมีความใกล้เคียงกันในด้านการใช้เพื่อแสดงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามกันในประโยค มักปรากฏร่วมกับคำเชื่อมหรือคำวิเศษณ์อื่น ๆ อาทิ “不但” “不仅” “正” “正好” “恰恰” และใช้แทนกันได้ในบางกรณี แต่หากวิเคราะห์เจาะลึกลงไปในด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์แล้ว คำทั้งสองนี้มีจุดแตกต่างกันที่ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งจากการวิเคราะห์ด้วยหลักตำแหน่งในประโยคและโครงสร้างทางวากยสัมพันธ์ของ Guo (1999) และหลักหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำชนิดต่างๆ ของ Huang & Liao (2017) พบว่า

1) “反而” จะทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ในประโยค ใช้วางไว้หน้า คำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์ แสดงการหักมุมผกผันหรือความ

ตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น
ทั้งนี้เป็นเพราะ “反而” มักปรากฏอยู่ในรูปแบบโครงสร้าง “反而 + คำกริยา”
“反而 + คำคุณศัพท์” “反而 + คำบุพบท” และ “反而 + คำวิเศษณ์”
ซึ่งในโครงสร้างประโยคเหล่านี้ “反而” จะทำหน้าที่เป็นบทขยายกริยาเสมอ
สอดคล้องกับทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของคำวิเศษณ์ภาษาจีนที่ทำหน้าที่เป็นบท
ขยายกริยา โดยมีตำแหน่งอยู่หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบทหรือคำวิเศษณ์
ของ Huang & Liao (2017)

2) “相反” สามารถทำหน้าที่เป็นได้ทั้งคำเชื่อมและคำคุณศัพท์ใน
ประโยค ใช้วางไว้หน้าหรือหลังคำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์หรือคำวิเศษณ์ แสดง
ความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ทั้งนี้
เป็นเพราะ “相反” มักปรากฏอยู่ในรูปแบบโครงสร้าง “相反 + 的 + คำนาม”
“คำนาม + 相反” “คำบุพบท + คำนาม + 相反” “相反 + คำกริยา”
“คำคุณศัพท์ + 相反” “คำวิเศษณ์ + 相反” และ “...,相反...” ซึ่งใน
โครงสร้างประโยคเหล่านี้ บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” จะมี
ทั้งคำเชื่อมและคำคุณศัพท์ สอดคล้องกับทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของคำคุณศัพท์
ภาษาจีนที่ทำหน้าที่เป็นบทขยายนาม และคำเชื่อมภาษาจีนที่ทำหน้าที่เชื่อม
ความสัมพันธ์ระหว่างประโยคสองประโยคของ Huang & Liao (2017)

นอกจากนี้ ส่วนที่แตกต่างอย่างเห็นได้ชัดระหว่าง “反而” และ
“相反” อีกประการหนึ่งคือ “反而” ไม่สามารถใช้เป็นส่วนของประโยค
ตามลำพังได้ ในขณะที่ “相反” สามารถใช้ตามลำพังได้ในฐานะส่วนของ
ประโยค

จากผลสรุปที่กล่าวมาข้างต้น หากมองในด้านของความหมายที่ว่า
“反而” และ “相反” ต่างก็เป็นคำที่ใช้เพื่อแสดงการหักมุมผกผันหรือ
ความตรงกันข้ามแล้ว การวิจัยนี้ไม่มีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา แต่หาก
มองในด้านบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์แล้ว การวิจัยนี้มีข้อขัดแย้งกับงานวิจัย



อื่น ๆ หลายจุดด้วยกัน อาทิ งานวิจัยของ Wang & An (1980) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” คือการทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมในประโยค และงานวิจัยของ Jing (1980) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” คือการทำหน้าที่เป็นทั้งคำวิเศษณ์และคำเชื่อมในประโยค ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นแตกต่างจากทั้งสองงานวิจัยที่กล่าวมา ผู้วิจัยมองว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” นั้นมีเพียงประการเดียวคือ การทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ในประโยค โดยเหตุผลนั้นเราสามารถวิเคราะห์ได้จากบทบาทหน้าที่ของคำวิเศษณ์และการปรากฏอยู่ในประโยคความเดียวของ “反而” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

今天午后这一场雷阵雨，反而使天气更闷热了。(Ma, 2007)

หากวิเคราะห์จากหลักโครงสร้างของประโยค จะพบว่า ประโยคตัวอย่างข้างต้นจัดอยู่ในประเภทประโยคความเดียวที่มีโครงสร้างอยู่ในรูปแบบ “ภาคประธาน + ภาคแสดง” โดย “今天午后这一场雷阵雨” ทำหน้าที่เป็นภาคประธาน และ “反而使天气更闷热了” ทำหน้าที่เป็นภาคแสดง ซึ่งนี้สามารถอธิบายได้ว่า “反而” สามารถใช้กับประโยคความเดียวได้ ไม่จำเป็นต้องใช้กับประโยคความซ้อนเสมอไป อีกประการหนึ่ง หากสังเกตตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของ “反而” ที่ปรากฏอยู่ในประโยคดังกล่าว จะพบว่า “反而” ปรากฏอยู่ในตำแหน่งด้านหน้าและทำหน้าที่ขยายคำกริยา “使” ซึ่งเป็นลักษณะบทบาทหน้าที่โดยตรงของคำวิเศษณ์ตามหลักทฤษฎีของ Huang & Liao (2017) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำวิเศษณ์ คือการทำหน้าที่เป็นบทขยายกริยา โดยมีตำแหน่งอยู่หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ หรือคำวิเศษณ์ในประโยค นอกจากนี้หากมองในส่วนของการแสดงความหมายแล้ว สิ่งที่แสดงความหมายการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามในประโยคตัวอย่างนั้นมีใช้ “反而” หากแต่เป็นรูปประโยคที่ “反而” ปรากฏ

อยู่ เช่น ในประโยคตัวอย่างนี้ หากเราตัด “反而” ออกไป เป็น “今天午后这一场雷阵雨，使天气更闷热了。” ประโยคดังกล่าวก็ยังคงสื่อถึงการหักมุมผกผันหรือความตรงกันข้ามระหว่างส่วนหน้าและส่วนหลัง มิได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความหมายที่ต้องการสื่อแต่อย่างใด ซึ่งนี่แสดงให้เห็นว่า “反而” มิได้ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำหรือวลีในประโยค แต่เป็นคำวิเศษณ์ที่ทำหน้าที่เป็นบทขยายคำกริยา “使” ดังนั้น ที่กล่าวว่า “反而” เป็นคำเชื่อมหรือเป็นทั้งคำเชื่อมและคำวิเศษณ์นั้นอาจไม่เหมาะสม สำหรับคำแสดงความตรงกันข้าม “相反” การวิจัยนี้มีข้อขัดแย้งกับ Lu (2016) ที่กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “相反” ในฐานะเป็นคำคุณศัพท์เพียงเท่านั้น โดยผู้วิจัยเห็นว่า “相反” นอกจากจะทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ขยายคำนามในประโยค เช่น “两种相反的看法” (Lu, 2016) แล้ว ยังทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

人们用来理解存在的亲疏远近原则并非一种意气用事，相反，它是一种更深刻的理性原则。

(คลังข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU, 2022)

จากตัวอย่างดังกล่าว จะเห็นได้ว่า “相反” ทำหน้าที่เชื่อมประโยคหน้า “人们用来理解存在的亲疏远近原则并非一种意气用事” และประโยคหลัง “它是一种更深刻的理性原则” ให้ความสัมพันธ์กันแบบหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม ซึ่งเป็นลักษณะบทบาทหน้าที่โดยตรงของคำเชื่อมตามหลักทฤษฎีของ Huang & Liao (2017) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำเชื่อมคือการเชื่อมคำกับคำ วลีกับวลี ประโยคกับประโยค ให้ความสัมพันธ์กันแบบคล้อยตาม เป็นเหตุเป็นผล เจื่อนไข หักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม ดังนั้น ความเห็นที่ว่า “相反” ทำ

หน้าที่เป็นเพียงคำคุณศัพท์ในประโยคนั้น อาจไม่เหมาะสมเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การวิจัยนี้ได้อธิบายโครงสร้าง รูปแบบประโยค รวมถึงบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีนไว้อย่างครอบคลุม โดยวิเคราะห์จากตัวอย่างประโยคจริงที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูล Center for Chinese Linguistics PKU (CCL) ของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยตามวัตถุประสงค์พบว่า 1) “反而” ทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ในประโยค ใช้วางไว้หน้าคำกริยา คำคุณศัพท์ คำบุพบท หรือคำวิเศษณ์ แสดงการหักมุมผกผันระหว่างสิ่งที่คาดคิดหรือคาดคะเนไว้กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น 2) “相反” สามารถทำหน้าที่เป็นได้ทั้งคำเชื่อมและคำคุณศัพท์ในประโยค ใช้วางไว้หน้าหรือหลังคำชนิดต่าง ๆ แสดงความตรงกันข้ามกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการโดยการใช้เป็นทฤษฎีอ้างอิงประกอบการเรียนการสอนด้านไวยากรณ์จีน และนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาความสับสนในการใช้คำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ในภาษาจีน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญคือ บทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์จีนของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้าม “反而” และ “相反” ทั้งในลักษณะหน้าที่เดียว (反而) และหลายหน้าที่ (相反) ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามอื่นๆในภาษาจีนเพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของ “反而” และ “相反” กับคำแสดงการหักมุมผกผันหรือตรงกันข้ามที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเช่น “倒” “却” และ “反倒” เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างทางด้านการใช้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิวยากรณ์จีนในประเทศไทยต่อไป

บรรณานุกรม

- Feng, J. C. (2012). *A comparative study of modal adverbs fan'er Dao and Que*. Master of Teaching Chinese to Speakers of Other Languages. (Master's Thesis, Liaoning Normal University). (In Chinese)
- Guo, Z. L. (1999). *Research on turning words in modern Chinese*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. (In Chinese)
- He, H. Y. (2015). *An error analysis of foreign students in studying modal adverbs Dao Que and Fan'er*. (Master's Thesis, Fujian Normal University). (In Chinese)
- Huang, B. R., Liao, X. D. (2017). *Xiandai Hanyu*. Beijing: Higher Education Press. (In Chinese)
- Jing, S. J. (1980). *Function words in modern Chinese*. Hohhot: Inner Mongolian People's Publishing House. (In Chinese)
- Lu, S. X. (2016). *Xiandai Hanyu Babai Ci*. Beijing: The Commercial Press. (In Chinese)
- Ma, Z. (2007). *Research methodology of function words in modern Chinese*. Beijing: The Commercial Press. (In Chinese)



- Pei, Q. (2010). *Dictionary Chinese-Thai*. Bangkok: Phoompanya.
- Wang, G. Z., An, R. P. (1980). *Explanation of usage of common words*. Beijing: China Renmin University Press. (In Chinese)
- Wang, J. W. (2017). *The error analysis of confusing word's comparison of Fan'er Xiangfan and Danshi*. (Master's Thesis, Jilin University). (In Chinese)
- Yang, J. Z., Jia, Y. F. (2003). *1700 Groups of frequently used Chinese synonyms*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press. (In Chinese)
- Zhu, K. D. (2017). *Study on the functions of the counter-expectation markers Dao and Fan'er*. Department of School of Chinese Language and Literature. (Master's Thesis, East China Normal University). (In Chinese)

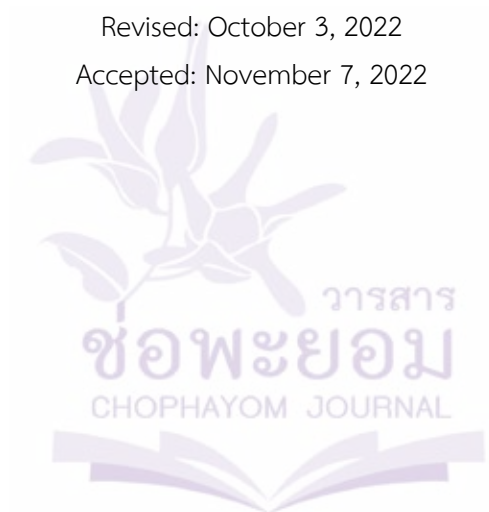
New Normal Words: An Analysis of Word Formation Processes of COVID-19 Neologisms

Warangkana Aakkarapanuvittaya¹ and Napasri Timyam²

Received: July 29, 2022

Revised: October 3, 2022

Accepted: November 7, 2022



¹Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities,
Kasetsart University

(Email: warangkana.a@ku.th)

²Department of Linguistics, Faculty of Humanities,
Kasetsart University

(Email: napasri.t@ku.th)



Abstract

New words always occur in a language since people have the creativity to develop and form new words. They are often produced for naming newly created things and concepts, or old ideas that have taken on a new cultural context, mainly as a result of historical and social changes (Lin, 2013). Such process of creating new words is called neologism. Nowadays, it could be noticed that there are a number of neologisms coined in reference to the global pandemic of COVID-19. Therefore, this study highlighted neologisms as a linguistic phenomenon that has been aroused by the COVID-19 pandemic. The aim of the study is to investigate the common types of word formation processes involved in creating COVID-19-related neologisms based on the framework proposed by O'Grady et al. (2005) and Yule (2006). The research data were collected from lists of words related to COVID-19 selected from five different websites, published from March to October 2020. The results revealed that blending, compounding, and multiple processes are the three most frequently employed processes in creating COVID-19-related neologisms. These three processes are the most productive ways for creating COVID-19-related words mainly because a newly derived word is meaningful consisting of two or more words combined together and its meaning can be deducible from its constituents. Moreover, most of the new words have a component that is related to a pandemic situation, so they are able to connect to people's lives during the COVID-19 pandemic. Overall, the study could

illustrate how language adapts to new environmental conditions by creating new words using already existing words. It also established that the rise of the coronavirus pandemic has accounted for the recent increase of numerous neologisms in English.

Keywords: COVID-19, Coronavirus, new words, neologisms, word formation processes

Introduction

In 2020, the entire world experienced the most severe global health crisis of the century due to the pandemic of novel coronavirus disease 2019, also known as COVID-19. In the six months since the infections were found, the virus has affected over 7 million patients worldwide and a death toll has surpassed 400,000 (Decerf, Ferreira, Mahler, & Sterck, 2020). Alongside the tremendous changes in public health, COVID-19 has also caused an upheaval in the use of language. The coronavirus has given rise to a bunch of new usage of some existing words, and recalled certain words from disuse or oblivion. For example, there has been an increase in the use of words such as social distancing, the previously unknown medical jargon which is now a newly ubiquitous term referring to measures that keep a certain distance from other people to avoid infection. Apart from bringing some old words to a new light, the pandemic has also introduced an extraordinary range of newly coined words. They have been created accordingly in response to the pandemic to describe this new type of social phenomenon. For example, there is



the emergence of new words such as covidiot (someone who disregards public health advice), locktail (a cocktail one enjoys during lockdown), and doomscrolling (the act of endlessly reading negative pandemic news on the phone).

In linguistics, these newly created words are called neologisms. Neologisms can be formed in various ways according to the rules of word formation processes. Such patterns of word formation that are commonly used to create new words are, for example, compounding (combining two existing words into a new one), blending (combining some parts of two existing words), and clipping (shortening part of a word). Different types of word formation processes are also responsible for creating the neologisms of COVID-19 (Reichelt, 2020). For example, the compound Zoom mom (mothers who spend too much time using Zoom program) results from combining the words Zoom and mom; coronacation (the holidays taken due to the pandemic) is formed by blending coronavirus and vacation; and rona is a clipped form of coronavirus. Essentially, the pandemic has resulted in the development of new words in helping to understand and cope with the changes that happen to humanity.

There have been several studies discussing the pandemic in respect of the field of language, in particular the occurrence of the terminology and neologisms (e.g., Alyeksyeyeva, Chaiuk, and Galitska, 2020; Asif et al., 2021; Al-Azzawi and Haleem, 2021; Mweri, 2021; Ibrahim et al., 2020). The main objectives of these studies are to

highlight the linguistic change and to examine the neologisms created in response to the COVID-19 pandemic. As an illustration, three studies analyzed and discussed the phenomenon of neologisms relating to the coronavirus pandemic specifically: Asif et al. (2021), Al-Azzawi and Haleem (2021), and Ibrahim et al. (2020). These studies investigated language developments, especially the appearance of new vocabulary, and classified new words by using Krishnamurthy's model of neologism (2010). According to Krishnamurthy's model, neologisms related to COVID-19 were created by three major strategies, namely word formation (i.e., the creation of new words from scratch), borrowing, and lexical deviation (i.e., the formation of new words from existing words). The results of these three studies suggested that most of the COVID-19 neologisms were formed by the three strategies and they shaped the perceptions and views of people about the new pandemic.

Evidently, the arrival of COVID-19 has had a significant impact on language by resulting in its own specialized discourse. The objective of this study is then to investigate the word formation processes of COVID-19 neologisms. The study will reveal modern tendencies in word formation processes in English in response to the COVID-19 pandemic. That is, it may be revealing to examine the processes that the system of English word formation offers to be used in practice and this may relate to current tendencies in forming neologisms in the language. Moreover, the results of the study are expected to provide a useful foundation for English language



learners in the comprehension of new vocabulary that could lead them to improve their reading skills in general. This study will also help the general audience to better understand the meaning of new words surrounding the pandemic that they might find useful when communicating in real life.

Literature Review

The literature review consists of two major parts, which include the concept of neologisms and word formation processes.

Neologisms

This part provides the description of the general characteristics of neologisms and the background information of the COVID-19-related neologisms.

1. General characteristics of neologisms

There are three basic aspects according to the general characteristics of

neologisms that have been suggested by several scholars.

The first characteristic is the creation of a new word or a new meaning of a word. This aspect involves the inherent semantics of neologisms as a “new word” or a “new meaning” of an existing word. There were many scholars in the field of linguistics who gave a definition to neologism in this aspect. For instance, Newmark (1988), defined neologism as “newly-coined lexical units or existing lexical units that acquire a new sense”. Likewise, neologisms, as

remarked by Cook (2010) and Rets (2014), mean terms that already subsist in a language, but have gained a new definition in the past years.

The second characteristic refers to the notion of a “new concept” or “new culture” occurring in a society. For this aspect, neologisms are regarded as new words created for new experiences, usually when language users cannot identify any correct standard expression to satisfy the communicative purpose of their immediate environment. To support this aspect, Mair (2006) gave an idea that “the most salient type of neologism is a word which is new in its form and which refers to a concept which is new”. Kubova (2009) also suggested that neologisms are a result of social development and technological advancements.

The third characteristic involves the non-presence or recent presence in dictionaries and the life cycle of neologisms. According to Aduda (2013) and Kemmer (2006), a neologism is a recent concept used in the general discourse, but still not completely embraced in a language. In terms of the life cycle, Galperin, (1981) refers to a neologism as “the given word or meaning holds only in the given context and is meant only to serve the occasion”. As a result, some of neologisms only exist for a short period of time as they are invented for certain use scenarios at the time of speech.

After examining these three aspects, the present study defines neologisms as words that are inventive in their form or meaning. They often denote new concepts or ideas that reflect the



current phenomenon in the society. Due to the recency of their introduction to the language, they may have entered into the mainstream usage, but have not yet to be formally documented in dictionaries.

2. Neologisms of COVID-19

Throughout history, extraordinary circumstances or global events like natural disaster or war often led to extensive change and innovation in language, requiring a completely new vocabulary to process and describe the dramatic shifts to new reality. Accordingly, the impact of the COVID-19 pandemic has led to a rapid growth in the formation of new words in English. Since people are trying to make sense of a new reality, the development of new language is required to respond to it. A whole new set of vocabulary is then created to designate the new phenomenon especially the pandemic itself and its effect on society. In other words, neologisms are employed to represent and account for this unprecedented circumstance. With COVID-19 still a present threat, new words around it are being spawned quickly and gradually gaining more prominence.

Word Formation Processes

There are various definitions of word formation processes (also called morphological processes) given by linguistic scholars. Most of the definitions involve the ways in which new complex words are formed by composing other words (Huddleston, 2002;

Plag, 2003). Therefore, based on some previous definitions, it can be concluded that that word formation processes refer to the constructive ways a language produces new words by modifying existing words in a certain way.

This study relies on the classifications of word formation processes proposed by O'Grady et al. (2005) and Yule (2006), which could be divided into eleven types as follows:

1) Compounding – the process of combining two or more words that have different meanings to form a new word. Compounding can be a combination of words with the same type or different types. In cases they are words from different type, the rightmost element normally serves as the head that can determine the semantic category of that compound such as sugar-free, living room, and daydream.

2) Affixation – the process of adding affix(es) to an existing word in generating new terms. In other words, affixation refers to the addition of one or more affixes to change the word's part of speech or its meaning in order to form a new complex word. There are two main types of affixes in English: prefixes and suffixes. For example, in the word mismanagement, mis- is the prefix and -ment is the suffix.

3) Conversion – the process of changing the category of a word without any change in its form, such as a verb to a noun, to create a new word. That is, the word's class and meaning change without the appendix of the word being added or reduced. Therefore,



conversion is also called zero derivation or functional shift. For example, the noun email is converted into a verb: to email (you).

4) Blending – the process of merging parts of two or more separate words into one word. Consequently, a newly formed word will acquire a combined meaning of parts of each original word. Blended words are sometimes regarded as portmanteaus or telescoped words. For example, brunch is a blend of two words, breakfast and lunch.

5) Acronyms and abbreviations – the process of combining the first letters of a group of words to create a new word. If the new word is pronounced as a single word, it is called “acronyms” such as SARS (severe acute respiratory syndrome). Whereas, if the new word is pronounced as individual letters, it is called “abbreviations” or “initialisms” such as FBI (Federal Bureau of Investigation).

6) Clipping – the process of forming a word out of a long existing word by reducing it into a new shortened version. Clipping is also known as “shortening” or “truncation”. Such that the shortened form represents the word in its entirety. For example, the words burger, condo, and fridge are clipped from hamburger, condominium, and refrigerator respectively.

7) Borrowing – the process of taking a word directly from a foreign language to fit into the vocabulary of another; therefore, no new word is formed. The words formed by borrowing can also be called “loanwords”. For example, the words ballet, cafe, croissant come from French.

8) Backformation – the process of shifting a word's function from one category to another. Cases of backformation occur when clipping off a word's affix to derive a new word with a new function and meaning. For example, the nouns regulation, peddler, and editor are backformed to form the verbs regulate, peddle, and edit respectively.

9) Coinage – the process of inventing a new word from scratch in a certain context to fit some purpose. It means coinage words are completely new and previously did not exist in a language. Normally, coinage can be found in the case of product or brand names such as eBay, Google, and Kodak.

10) Reduplication – the process of creating new words by repeating certain sounds of existing words. All or part of a word is doubled exactly or with a slight phonological change such as bye-bye, walkie-talkie, and ping-pong.

11) Multiple processes – the operation of more than one process at work in the creation of a new word. That is, a word can be constructed by a mixture of word formations. For example, the word footballer is a product of compounding (foot + ball) and affixation (football + -er).

Conceptual framework

The objective of this study is the investigation of word formation processes of COVID-19 neologisms. In this regard, only newly created words in English were the focus of this study, that is,



already existing words related to the pandemic were not included in the data set. To conduct the study, the data were collected from the word lists found in five websites, which provide a glossary of key COVID-19 terms, published by Merriam-Webster Dictionary, Oxford English Dictionary, Dictionary.com, Tony Thorne (a noted British linguist and lexicographer), and Bangkok Post Newspaper. The new words gathered from those websites were checked for their existence with Merriam-Webster Dictionary Online and Oxford English Dictionary Online. If they were recently added into the dictionaries due to COVID-19 (new entries in 2020) or not found in both dictionaries, they were considered to be new words. Then, all the new words were analyzed in terms of their word formation processes based on the theories proposed by O'Grady, et al. (2005) and Yule (2006) as shown in Table 1.

Table 1: Types of Word Formation Processes

Word Formation Process	Definition	Example
Compounding	Combining two words to create a new word	girl + friend = girlfriend ice + cream = ice-cream
Affixation	Adding one or more affixes (i.e., prefixes and suffixes) (to a word)	un + -usual = unusual port
Conversion	Changing the category of a word (functional shift)	- +able = portable vacation) N (→) V
Blending	Merging parts of two words together into a new word	"I'm vacationing in Paris". binary + digit = bit
Acronyms and Abbreviations	Extracting the initial letters of several words to form a word	spoon + fork = spork ASAP (As Soon As Possible)
Clipping	Deleting part of a polysyllabic word	HR (Human Resources) grandma (grandmother)
Borrowing	Borrowing words from foreign languages	bot (robot) yogurt (Turkish)
Backformation	Removing a suffix of a word to form another word type	pretzel (German) donation (N) → donate (V)
Coinage	Inventing totally new terms	editor (N) → edit (V)
Reduplication	Repeating all or part of a word	granola, nylon, vaseline
Multiple Processes	Operating multiple processes to create a word	hush-hush, easy-peasy snowball (V) → compounding + conversion

Source: O'Grady et al. (2005) and Yule (2006)

Related research

1) The Studies on the COVID-19-Related Neologisms

Akut (2020) investigated medical neologisms associated with the COVID-19 pandemic. Medical neologisms related to COVID-19 were collected from five medical articles and analyzed to identify



their morphological structures. The results showed that most of the neologisms found were nouns. Compounding, blending, and affixation were the most frequent word formation processes used to form medical neologisms.

Khalfan, Batool, and Shehzad (2020) investigated COVID-19 neologisms by focusing on language-mind relationship related to the linguistic relativity. The samples of 25 neologisms related to COVID-19 from online dictionaries and Twitter.com were selected for analysis. The results showed that these terms were categorized into scientific and pop culture neologisms, and they were intended to offer scientific and technical terms in response to new social reality or reflect people's perception of the world and the situational facets of new experiences in society.

Alyeksyeyeva et al. (2020) analyzed neologisms that became part of everyday English due to COVID-19. The three theories of neologisms, namely stylistic, etymological, and denotational were applied to analyze neologisms in this study. The data were neologisms obtained from British and American websites and articles related to the pandemic. The results showed that stylistic neologisms used to be medical terms but in 2020 have moved into everyday discourse; etymological neologisms have changed their meaning though preserved their form; denotational neologisms emerged to name new phenomena.

Asif et al. (2021) explored the creation of new words and expressions that emerged due to COVID-19. This research relied on

three strategies of creating neologism from Krishnamurthy's framework (2010), i.e., word formation, borrowing, and lexical deviation. The data were collected from websites, Oxford Corpus, books, articles, and social media (Twitter). The findings revealed that many of new words used during the pandemic were not entirely new, but they were rather unfamiliar until 2020. Most of the neologisms were nouns, verbs, and adjectives.

2) The Studies on the Word Formation Processes of Neologisms

Shahlee and Ahmad (2020) examined the neologisms created among the public figures on social media platforms in terms of morphological processes. The samples of 40 neologisms were collected from postings in social media (Instagram, Facebook, and Twitter) and analyzed qualitatively based on the 11 types of morphological processes proposed by Murray (1995). The results showed that blending occurred at the highest percentage (24.3%), followed by acronym (19.5%), abbreviation (14.6%), compounding (14.6%), conversion (7.3%), and reduplication (4.9%).

Ratih and Gusdian (2018) investigated word formation processes in English new words from the Oxford English Dictionary (OED) online. Systematic random sampling was utilized to obtain samples of new words from 2012 to 2016. The results of the study showed that the productive processes of creating new words in English between 2012 and 2016 were affixation (239 words), compounding (137 words), blending (63 words), clipping (37 words), acronyms (11 words), folk etymology (11 words), borrowing (8



words), abbreviation (7 words), and back-formation (1 word).

Liu and Liu (2014) conducted an analysis of word formation processes of neologisms on the internet. The data used for the study were 210 words which were collected from www.wordspy.com, and under category Computer, the subdivision Internet was selected for analysis. The results indicated that the most commonly used process to form new words of netspeak was compounding (154 words). This was followed by blending (33 words), affixation (13 words), old words with new meaning (5 words), conversion (2 words), acronyms (2 words), and clipping (1 word).

Methodology

This study used a qualitative design and a descriptive method to analyze the processes of word formation for COVID-19 related neologisms. The researcher selected five reliable websites that contain the lists of new words connected to COVID-19 as the samples to analyze. The five websites and their names of the word lists are as follows:

- 1) Oxford English Dictionary (OED) Online: New words list April 2020, New words list July 2020
- 2) Merriam Webster Dictionary Online: Coronavirus and the New Words We Added to the Dictionary in March 2020
- 3) Dictionary.com: New Words We Created Because Of Coronavirus
- 4) Bangkok Post Online: Covid-19 Terminology

5) Language and innovation.com: #CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral – 2

To obtain data for the study, a number of new words were collected and checked to determine whether they were present in dictionaries or not. If they were not found or had recently been added to the dictionaries in 2020, they were considered to be new words. Two comprehensive English dictionaries were chosen as the criteria in finding new words, namely Merriam-Webster Dictionary and Oxford English Dictionary, which can be accessed through www.merriam-webster.com and www.oed.com respectively. These dictionaries represent the two main varieties of English; Merriam-Webster is an American English dictionary, while the Oxford English Dictionary is a British English dictionary. More importantly, most of the entries in both dictionaries include not only a definition, but also the history of each word, i.e., the year in which that word first appeared or entered the English language.

Results

In order to answer the research question, this section presents the frequency of word formation processes found in the data and a detailed analysis of each process.

According to the framework of the study, the total number of the new words included in the word lists is 150 words and they could be classified into major six processes, namely 1) blending, 2)

compounding, 3) multiple processes, 4) clipping, 5) acronyms and abbreviations and 6) affixation.

Table 2: The Frequency of Word Formation Processes in Neologisms of COVID-19

Word Formation Process	Frequency of Usage	Percentage(%)
1. Blending	62	41.33%
2. Compounding	42	28.00%
3. Multiple Processes	19	12.68%
4. Clipping	14	9.33%
5. Acronyms and Abbreviations	8	5.33%
6. Affixation	5	3.33%
Total	150	100.00%

The table given above shows the frequency of each of the six processes used to create COVID-19 related neologisms.

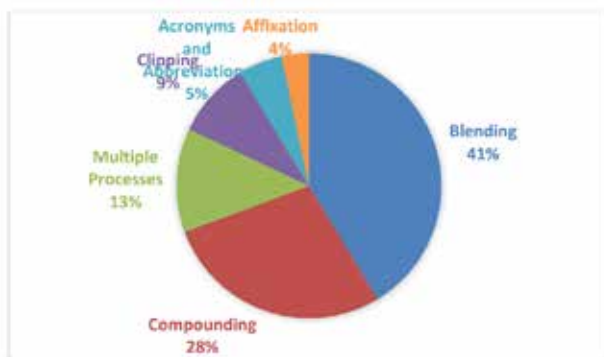


Figure 1 The occurrence frequency of each type of word formation processes

The diagram above shows the productivity of word formation processes in creating COVID-19 related neologisms. The percentages of the six processes found exhibit that the most productive process occurs to be blending, making 41% out of 150 analyzed words. Then, this is followed by compounding (28%) and multiple processes (13%) respectively. Meanwhile, clipping is considered as next rank with the percentage 9%. Finally, acronyms and abbreviations and affixation have the least number of occurrences in the data set. However, the researcher found no instances of conversion, borrowing, backformation, coinage, and reduplication at all in this data.

The next section gives a detailed analysis of the six processes. For each process, its specific characteristics of formation are described and some examples are provided.

Blending

In this study, there were four patterns found in creating new words by joining different parts of two words. The first pattern was the whole first word was blended with the final part of the second word, such as drivecation (drive and vacation). The second pattern was the initial part of the first word was blended with the final part of the second word, such as lockstalgia (lockdown and nostalgia). The third pattern was the initial part of the first word was blended with the whole second word, such as elbump (elbow and bump). The last pattern was the final parts of two words were blended together to form a new word, such as ronavation (corona and renova-



tion).

Compounding

Based on the findings of the study, compound words related to COVID-19 could be divided into the three main categories: noun, verb, and adjective compounds. For noun compounds, there were two patterns found in this study: noun and noun (e.g. coronaphobia), and adjective and noun (e.g. upperwear). For verb compounds, there were two patterns found in this study: noun and verb (e.g. doomscrolling), and verb and verb (e.g. Zoom and chill). Finally, for adjective compounds, there was one pattern found in this study: noun and adjective (e.g. coronacranky).

Multiple Processes

Based on the findings of the study, new words created by multiple processes were formed through two word formation processes. The pairing between acronyms and blending contributed to the most frequently used pattern. For example, the word covidiot (covid and idiot), the word covid here was derived from an acronym that stands for coronavirus disease 2019, then the first part of the acronym covid was blended with the final part of the word idiot to form the new word. The next most common patterns found in multiple processes were acronyms and compounding, blending and compounding, and borrowing and blending respectively.

Clipping

In this study, there were two patterns found in creating new words by the clipping process. The first pattern was clipping of the

initial and the final parts, such as rona (coronavirus) and sanny (hand sanitizer). And the second pattern was clipping of the final part, such as corona-fi (corona fiction) and coronalit (corona literature). The first pattern where both the initial and the final parts of original words were clipped was more common in forming new words related to COVID-19.

Acronyms and Abbreviations

In this study, new words were formed from both the acronyms and abbreviations processes. For example, the abbreviation WFA was created by taking the initial letters of each word in the phrase Work From Anywhere, and pronouncing each letter individually. Another example is the acronym word COVID-19 which was formed by combining the initial letters of the full name Corona Virus Disease together with the number 19 from 2019, and pronouncing them as a word. Based on the findings of the study, abbreviations related to COVID-19 were more common than acronyms.

Affixation

In this study, new words were formed by the addition of both prefix and suffix.

For example, the word unlockdown was derived by adding the prefix -un (meaning ‘not’) to the word lockdown. Another example is the word masklessness which was derived by adding two derivational suffixes -less (meaning ‘without’) and -ness (to change the word from an adjective to a noun) to the word mask respectively. Between these two affixes, new words related to COVID-19 were



created by using suffixes more than prefixes.

Discussion

From the research results, among the six types, the three most common processes in creating the neologisms of COVID-19 were blending, compounding and multiple processes.

Regarding the blending and compounding processes, there are four key reasons why they are frequently used to create new words related to COVID-19:

Firstly, the similarity between the processes of blending and compounding is that they both are the combination of two or more different words together to create a new word. A resulting word created from these processes is then meaningful because it covers all the meanings of its original parts to convey an intended message. For example, the combination of the words corona and viva via the compounding process generated the new word coronaviva. The word corona was often used to combine with another verb or noun to form a new word referring to activities or entities initiated in the time of COVID-19. The word viva refers to a university oral examination for an academic qualification. Therefore, the new word coronaviva means an oral examination or dissertation defense taken online during the COVID-19 lockdown. Due to such combined senses of its original parts, a word derived from blending or compounding can fully describe a particular situation related to COVID-19.

Secondly, the overall meaning of a new word formed from

blending or compounding can be deducible from the meanings of its constituents. For example, the meaning of the new word upperwear (upper + wear), which is formed from compounding, is quite clear and transparent. That is, the word upper is an adjective that is used to describe things that are situated above or higher than something else. The word wear refers to the act of wearing or clothing that suits a certain time or place. Therefore, the word upperwear refers directly to dressing up the upper half of the body as only that is suitable and visible clothing in a video conference. Since the original words are combined to convey their meanings straightforwardly, people can easily recognize the new word and accurately guess its meaning.

Thirdly, the processes of blending and compounding are two of the simplest ways to form new words (Dika, 2021). They also help reduce the number of words used in expressing an intended idea or message. By combining two or more words together, people are able to communicate effectively and clearly by using just one word. For example, the new word Zoombie (Zoom + zombie) is formed by blending two distinct words into one. The first word is Zoom which is now used as a general term when referring to virtual meetings that replace face-to-face interactions resulted by the pandemic conditions. The second word is zombie which refers to a living dead person who is devoid of personality, thought or emotions. Therefore, the word Zoombie refers to employees who feel very tired and look lifeless after a day full of meetings on Zoom. Appar-



ently, the processes of combining two or more words together can easily be formed and help create a new meaningful word that can express concepts or ideas in a short and concise manner.

Fourthly, according to the results of the study, for many of the new words created by the two processes, one of their components refers directly to a pandemic situation. For example, in the word quaranteam (quarantine + team) which is created from blending, the first component of the word quaran- refers to a preventive isolation measure for people in response to COVID-19. The second component of the word is team meaning a group of people who cooperate together in work or activity. Therefore, the new word quaranteam refers to a social bubble individuals created while in quarantine at home. As seen, since a part of a new word is used to describe a pandemic situation, the new word can clearly describe people's lives during the COVID-19 pandemic.

As for the multiple processes, many of the new words found in this study were created by two different processes, and the most frequent processes were blending and compounding. Therefore, the new words formed by the multiple processes were meaningful taking the meanings of their original parts and their overall meanings were transparent. Moreover, a part of many new words in this study was relevant directly to the incidence of coronavirus or COVID-19. For example, the word COVID, which was formed from the acronym process, is often combined with another word in blending or compounding. This is illustrated in the word covid cop (COVID-19 + cop),

which is created by the acronym and compounding processes to describe someone who makes a judgmental face at people who slack off on preventive measures of COVID-19, e.g., not wearing a mask in public places. Another example is covidiot (COVID-19 + idiot), which is created by the acronym and blending processes to refer to someone who ignores public health measures against the spread of COVID-19. As shown in the above examples, the multiple processes were used to make new words more meaningful and relevant to the new situation under the condition of the COVID-19 pandemic.

Conclusions and Research Recommendations

In conclusion, the main concern of the study is to investigate the way of creating new words from the analysis of word formation processes using the theoretical frameworks proposed by O'Grady et al. (2005) and Yule (2006). The findings indicated that the most productive word formation processes are blending, followed by compounding and multiple processes. People use these processes to create new useful words for addressing their new challenges and experiences during the current COVID-19 crisis, as well as for helping them in communicating in a new reality. The invention of new words also aids in the expression of their opinions and feelings. Besides, many of the new words within the COVID-19 context are play on words that are commonly used in everyday life. In this sense, people can mostly guess and easily understand the intended



meaning of the newly-formed words.

For further studies, a larger amount of data would be required for more reliable and accurate conclusions, or other morphology theories would be included in order to make the analysis more complete. Also, this research only focuses on the characteristics of neologisms, examines the types of word formation processes, and determines the frequency of the processes involved in creating neologisms in the context of COVID-19. In fact, each presence of new words could have a major impact on a language. The researcher suggests further study to enrich the knowledge about the concept of new words in more various aspects; for example, the occurrence of new words connected with other social phenomena – e.g., major social crises or world events such as geophysical disasters, financial crises, national security threats, international wars, etc. in order to provide a better picture of the development of new words in diverse situations.

Bibliography

- Aduda, K. (2013). *A relevance theoretical analysis of dholuo neologism [Unpublished master's thesis]*. University of Nairobi.
- Al-Azzawi, Q. O., & Haleem, H. A. (2021). “ Do you speak Corona? ”: Hashtags and Neologisms since the COVID-19 Pandemic Outbreak. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 4(4), 113-122.
- Alyeksyeyeva, I. O., Chaiuk, T. A., & Galitska, E. A. (2020). Corona

- speaking as key to coronaculture: Studying new cultural practices through neologisms. *International Journal of English Linguistics*, 10(6), 202-212.
- Asif, M., Zhiyong, D., Iram, A., & Nisar, M. (2021). Linguistic analysis of neologism related to coronavirus (COVID-19). *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100201.
- Cook, C. P. (2010). *Exploiting linguistic knowledge to infer properties of neologisms*. Toronto: University of Toronto.
- Decerf, B., Ferreira, F. H., Mahler, D. G., & Sterck, O. (2021). *Lives and livelihoods: estimates of the global mortality and poverty effects of the Covid-19 pandemic*. *World Development*, 146, 105561.
- Dika, R. D. (2021). *Word formation analysis of car terminologies in Ford v Ferrari (Doctoral dissertation)*. UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA).
- Galperin, I.R. (1981). *Stylistics of the English Language*. Moscow: Vysshaya Shkola.
- Huddleston, R. D. (2002). *The Cambridge grammar of the English language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ibrahim, E. R., Kadhim, S. A. H., Mayuuf, H. H., & Haleem, H. A. (2020). A sociolinguistic approach to linguistic changes since the COVID-19 pandemic outbreak. *Multicultural Education*, 6(4), 122-128.
- Kemmer, S. (2006). *Schemas and lexical blends*. USA & Germany: Rice University and



- Max Planck Institute for Evolutionary Anthropology.
- Kubova, K. (2009). *Neologisms in English*. Masaryk: Masaryk University Press.
- Lin, M. C. (2013). A new perspective on the creation of neologisms. *Acta Linguistica Asiatica*, 3(1), 47-60.
- Mair, C. (2006). *Twentieth-century English: History, variation and standardization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mweri, J. (2021). Corona Virus Disease (COVID-19) effects on language use: An analysis of neologisms. *Linguistics and Literature Studies*, 9(1), 36-47.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. New York: Prentice Hall.
- O'Grady, W., Archibald, J., Aronoff, M., & Rees-Miller, J. (2005). *Contemporary linguistics: An introduction*. New York: Bedford/St. Martin's.
- Plag, I. (2003). *Word-formation in English*. New York: Cambridge University Press.
- Reichelt, M. (2020). *Elephant in the zoom: Coronavirus-related language goes viral*. Retrieved from <https://www.toledoblade.com/a-e/culture/2020/05/31/corona-speak-Virus-related-language-goes-viral/stories/20200531002>.
- Rets, I. (2014). Studying the new vocabulary of the Dutch language in the context of globalization. *Philological sciences. Theoretical and practical questions*, 6(4), 149.
- Yule, G. (2006). *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

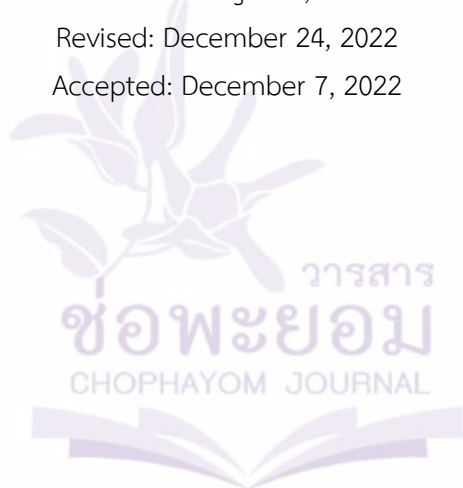
Guidelines for Designing Local Learning Materials from place
name in the Process of Studying Landscape Architecture Ban
Nong Sim,
Lao Chan Village, Kaedam District, Maha Sarakham Province.

Samonwan Worakarn¹ and Thanet Chatjutamanee²

Received: August 7, 2022

Revised: December 24, 2022

Accepted: December 7, 2022



¹Lecturer, Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts,
Mahasarakham University

(Email: samonwan.infinite@gmail.com)

²Lecturer, Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts,
Mahasarakham University

(Email: Thanet.c@o365.msu.ac.th)



Abstract

This research applies the process of studying place name data at Ban Nong Sim, Lao Chan Village, Kae Dam Subdistrict, Kae Dam District, Maha Sarakham Province, to design local learning materials from place names in form of a storybook. In addition, a Community Participatory Action Research method was also used in this current study that integrated with the landscape architecture design course. The operation processes consisted of searching and studying the initial data, surveying and interviewing data, collecting community data, data validating procedures by the community, and delivering the complete work back to the community, including collecting data for satisfaction assessment for both before and after the project participation.

As a result of the operation, storybooks based on local place names were produced namely; 1) Mahatsajan, 2) The Wonders of Lao Chan Forest, and 3) My House. For the satisfaction assessment results both before and after the community and students' participation, it conformed in promoting knowledge and understanding that related to place name and community forests with a high level. In order to promote learning and preserve the place name, the community has decided to organize a vegetation survey project of the community forest.

Keywords: Place name, landscape architecture, local learning material, storybook

Introduction

1. Place name is one of the communications from generation to generation, based on languages on the visible things such as terrain, resources, vegetation, or abstract things such as beliefs, events, or lifestyles known locally. Naming a community is an attempt to reflect an essential identity at the community level, in the dimensions of local resources, terrain, landscape, assumption, society, beliefs, etc. (Srirajlao, 2018). Therefore, place names play an essential part in the study to understand the local identity of the community.

The study of place names makes an effort to comprehend the uniqueness of each locality's diversity as it relates to knowledge, a form of mutual recognition and trust that is passed down from one generation to the next, from the local to the national level, and is also referred to as wisdom. Furthermore, it acts as a framework for coexistence, an agreement to manage social and environmental aspects, so local wisdom is the knowledge passed on in each area as a result of learning and adapting through the learning process to different living conditions in different environments (Piyapakorn, 1989) and (Montree Srirajlao, 2018). Consequently, wisdom could relate to community beliefs or indigenous knowledge. Moreover, indigenous knowledge can be divided into these following five areas; (Office of the National Cultural Commission, 2019), 1) agricultural wisdom, 2) environmental wisdom, 3) management wisdom, 4) healing and health prevention wisdom, and 5) production and



consumption wisdom (Jenjai, 2020), if considered along with the definition of "cultural resource," which denotes that something valuable represents the successional behavior. Additionally, cultural resources consisted of 1) intangible cultural resources; oral traditions, performing arts knowledge, and practices related to nature and the universe and 2) tangible cultural resources; archaeological buildings, objects, items, utensils, and vegetation visible to humans (Thanik, 2016) therefore place name is associated with both forms. Both tangible and intangible cultural heritage can be found in a community's landscapes, including things like vegetation, topography, water features, and references to historical events or stories. Therefore, the study of local knowledge results in the limitations and potential of various community living dimensions linked to each locality's unique natural resources, identity, and cultural resources.

2. The principle of the storybook design.

The main purpose is to communicate with the group of readers through learning and inspiration, especially in childhood which requires engagement and interaction with the contents. Moreover, Illustrations and techniques used by storybook design can stimulate imagination, foster love-reading activities, practice interaction, provide concentration, give memory development and linkage, and the comparison of size, color, and proportions, as well as to support learning in schools (Hladikova, 2014). Furthermore, the content and illustration design processes can be divided into three key stages as follows; 1) Data preparation and communication

specification that the content shall not be too much nor too complex, 2) The storyline creation and the analysis of the story essences which create, analyze the core of the story to create a continuation of the story, then define and create the importance of the characters, and step, and lastly 3) design techniques that are suitable for the reader group. Select engaging novelties like colors, views, directions, and actions to sharpen common sense before turning into a volume, this process can be prototyped as an outline to ensure it works as intended (Seuling, 2005).

Objective

This study aims to obtain the design of local learning materials from the landscape in storybook form.

1. To study how local learning materials can be designed from place names in the storybook format of Moo Ban Nong Sim Lao Chan, Kaedum, Kaedum, Maha Sarakham Province.

2. To design local learning materials from place names in storybook format Moo Ban Nongsim Laojan, Kaedum, Kaedum, Maha Sarakham Province.

Method

The design study uses Participatory Action Research (PAR) to collect quantitative and qualitative data. The target group is the community in Nong Sim Lao Chan, Kaedum, Maha Sarakham Province area. The study focused on engaging community participation to



understand themselves by conducting an area survey, providing the information, and making decisions with the design operations team. The operation is methodological in the study of research in the geo-architectural data collection framework.

1. Scope of the study area

The study area is Nong Sim Lao Chan Village, Kaedum, Kaedum, Maha Sarakham Province. This area consisted of the village's important landmarks like Nong Sim community forests, Nong Sim Lao Chan Wooden Bridge, and Wat Ban Lao Chan temple.

2. Operating procedures

The target audience of the project consisted of:

2.1 Community representatives include community leaders, community history experts, faith leaders, community forest trail experts, and representatives of the project participants from the Nong Sim Lao Chan Village Community

2.2 3rd-year and 2nd-year Landscape Architecture students of the Landscape Architecture Design 3, Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts, Maha Sarakham University

In order to emphasize the community's self-awareness, the operation uses PAR principles implemented as a procedures tool, allowing target audiences to take part in both the preparation and implementation phases. Additionally, as shown in Figure 2, the district will let the students practice the design process.

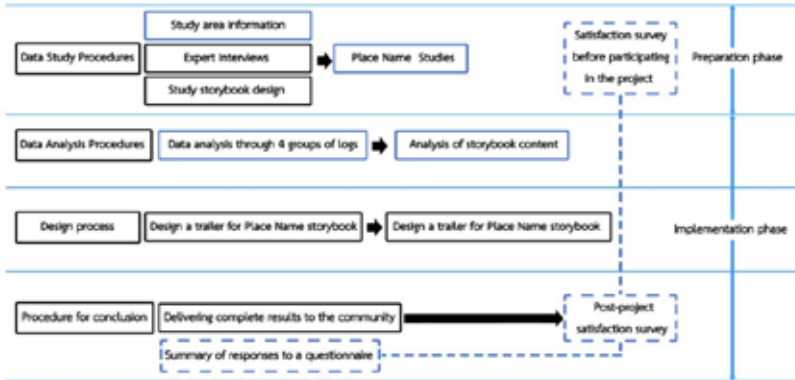


Figure 1 Steps of the study diagram

The preparation phase consisted of these 6 steps: 1) studying the biological data of the area, the scope of dominance, the contextual information of the area, physical information, environmental traditions, and cultures of the area, 2) reviewing relevant literature on the northeastern region context information, the settlement, and the role of Name Place, 3) studying storybook design principles, illustrating for people of all ages, 4) interviewing arts and cultural experts interview cultural traditions, settlements, and Place names found in the northeast region to create an understanding before the survey of the area, 5) searching for nouns by classifying village names based on expert interview data in conjunction with the review that designed as an experimental activity prepare information about local names in Kaedum to build an understanding of the northeastern region of the local landscape



network, and 6) preparing a satisfaction assessment form before participating in the project to get the target audience's opinion in both the community and students.

3. Data collection and analysis procedures

The operation began by collecting information from literary literature. The students and community representatives of Nong Sim Lao Chan Village were asked to participate in place name searching activities for local nomenclature and then surveyed the community context for two days and one night. In addition, the team observed and interviewed the target group about the community, the origin of the village's history, traditions, community merits, occupations, and beliefs, including the community forests and Nong Sim area. Afterwards, students returned to the studio for developing their drafting works. Data from students on the sites survey, the observations, and interviews were analyzed and classified into four factors; 1) natural factor, 2) man-made factor, 3) cultural factor, and 4) aesthetic factor in order to create and analyze the community's physical information understanding. The storybook design processes (Chanyawan Thepsrimuang, 2017) could be divided into four main stages as follows; 1) define the type of book, 2) define the reader, 3) define the story subject, and 4) set the purpose and create the storyline together with the design techniques; the 5w1h technique "Who - What does - Where, where - when, when - Why, why, and how?" in order to place the title sequence of the structure from questioning. It can be connected to information

obtained from the examination of four factors, involvement in the student's fieldwork experience, reinforcement of the need to tell the story, and participation in the project's target audience's opinions and judgments during the design process (PAR).



Figur 2 Steps to explore (top) and interview (bottom)

Results

The outcome of the study is the community landscape Information which revealed the topography of Nong Sim Lao Chan Village is an undulating plain, sloping down to the north, and connecting to Keadam and Nong Kea Dam communities. Furthermore, communities and forests are located in upland areas. Moreover, residents of the rice farming plain are primarily farmers and livestock farmers. In addition, plants found in the 108-acre community forest consist of these kinds of tree, *Pterocarpus macrocarpus* Kurz,



Combretum quadrangulare Kurz, iron shavings (Senna siamea (Lam.), Irwin & Barneby, Khoi (Streblus asper Lour.), macaques (Afzelia xylocarpa (Kurz), Craib, Panchad (Erythrophleum succirubrum Gagnep), Pib (Millingtonia hortensis L. F.) Nephelium hypoleucum Kurz, Brucea javanica (L.) Merr, Dialium cochinchinense Pierre. Moreover, there are bamboo groups, including Bambusa nutans, shrubs, and vines, including ficus montana Burm.f., fresh trough (Thunbergia laurifolia Lindl), horny dunk (Canthium berberidifolium Geddes), derris scandens (Roxb.) Benth, etc. Lastly, the community's west side adjacent to Nong Sim is an important reservoir.

The literature review suggests that community names can serve as a reflection of significant local identities. Additionally, there is evidence of the origin of these names in the landscape. Some communities are still extant, while others only exist as myths. Students investigated polynomial samples at the subdivision level in the study area in experiments to better understand local place name searching activities (Figure 3).

From the interviews, the community place names are "Lao" and "Chan." First of all, "Lao" derives from the type of community forest exploitation by the former villagers of the Northeast. The role of "Lao" is an on-farm forest, usable forest, live stocks feeding forest, and Don Pu-ta Forest. Today, some of these roles remain from the past. However, after changes in farmland expansion, people in the community have reduced their function by relying on forest exploitation. As a result, knowledge of the role of the forest was

reduced consecutively. Secondly, the word "Chan" comes from the name of an artifact tool used to trap animals. This showed the abundance of resources and the relationship between people and forests in the settlement period. In addition, this reflected the story about a troop of monkeys that once live in the Nong Sim water resource. However, no more monkeys live in the community forests after the community and farmland were expanded.

Considering the faith aspect, Nong Sim Lao Chan Village adheres to the principles of Heet 12 Kong 14, the major religious ceremonies like Boon-Koapansa, Boon-Songkran, Boon-Khao Sak, and Boon-Khao Pradap Din that are held at Wat Ban Nong Sim Lao Chan temple. In addition, there is also an ancestor's shrine in the forest next to Nong Sim, which is the village's origin of faith. Furthermore, the community carries out the rites before and after the harvest season. There are also monkey statues in the neighborhood, symbolizing the story of the forest and the community in the past. In addition, the district are includes school and village hall. Most of the living structures feature wood and concrete. Lastly, there is the livestock within the house area. For this reason, each house has a surrounding fence.



Figure 3 The perimeter of the study area map

Source: Retrieved from Google Earth



Figure 4 Example of the search of a local place name in Kaedum.

4.1 Design Concepts

According to the data analysis, the community's place names indicate the dominant physical characteristics of the community well, as they involve the utilization of the resources around the village, as well as show the knowledge adaptation in the settlement phase. The ancestor shrine's location on the edge of the forest also represented the residence of the ancestral spirits. The historical tale of a relationship between a human and a monkey also depicts the actions taken by Isaan community settlements near forest resources.

However, the changes have resulted in a reduction in the relationship between the community and the forest. According to the observations, all educators are the elders. Additionally, a tool must be used to establish a connection and convey the identity of the locality in order to strengthen local pride and long-term community self-reliance, this is a crucial tool.

4.2 The process of designing learning materials in a storybook format.

The process started by searching for the village's "Place name" origin from the literature review, site visit for observation and interview, along inquiry about the village history. Next, the data were classified into four factors to understand the physical information and the community's local landscape.

4.2.1 A pattern of the storybook design was based on three-step design principles. First, the children's storybook and

illustration design comprised the site visit survey and interview data, together with the students' imagination. Furthermore, the students shared their interest in passing on the content to create consciousness, fun, and enjoyment, stimulate creativity, and cultivate historical bonds. Moreover, the storybook can become an adult tool that the elderly can use to tell local stories to future generations.



Figure 5 The process of designing an outline and sequence of stories students have developed.

4.2.2 The results of the storybook design can be divided into three stories; Mahasajan, The Wanders of Lao Chan Forests, and My house. These three different topics were created according to the outstanding information in each aspect of the community through the learning exchange and the opinions from faculty and students in the class in the form of the storyboard (figure 4). Additionally, the community's endorsement of the storybook encourages the design of local educational materials that meet their

needs, serve as a vehicle for the dissemination of local knowledge, and encourage interactions between young people and adults and the elderly so that they can learn about the history of the community. In conclusion, the book can be broken down into the following three stories;

4.2.2.1 The tale "Mahasajan" is a storybook in documentary form that focuses on illustrated design techniques by attracting attention from adventure storylines and mixing the narrative of the history of the landscape in the name of the village, from tools to traps or hunts. In the story, there is a narrative based on the word "Chan," defined by the dictionary which means there are many kinds of trapper in the water and on land, shaped like cages, in which the book's contents tell the story of each type of tool. Tales also strengthen imagination and passive thought, preserve good traditions, and weave morality and ethics into their narratives. Future instruments are predicted, along with mottos and creations based on legendary figures.



Figure 6 The tales of " Mahasajan"

4.2.2.2 The stories of "The Wonders of Lao Chan Forests" are documentary-based storybooks that provide scientific information about local vegetation, relying on interaction from 3D illustrations through the narrative of the village's "community forest," has been associated with the village for a long time. The content identifies the benefits of community forests. Moreover, the contents consist of hiking trails, botanical features such as scientific names, family names, and characteristics of the trees, trunks, flowers, leaves, and fruits. And what the medical benefits or use are, etc. of each type of tree, and the beautiful view of each area in the forest is a good point. The beauty of each area in the forest and the various uses and benefits for health that each type of tree has are also important points. Additionally, there is a "grandfather's court" that the locals revere, as it serves as a reminder of the grandfather's court that guards the community and serves as a gateway to the community forest area. The grandfather's court has been treated with respect in the story for a long time through fabled characters, morality, ethics, fundamental ideas, and beliefs interact.



Figure 6 The tales of "The Wonders of Lao Chan Forests"

4.2.2.3 The story "My House" is a documentary storybook focuses on experience linking techniques from real places within the village. The information about the village's history is provided into a book "Nong Sim Lao Chan", the way of life from the past until the present then the question is how has that changed? It contains information from a time when there were numerous tigers and monkeys in the area. When people settle down, "man-man", "human-vegetation" and "human-unseen" relationships are formed. Later, the "human-animal (forest)" relationship gradually disappeared, becoming only a historical account that was memorialized by a statue of a monkey in the area to honor the community's remembrance of the animals. The content of the storybook is presented in an understandable manner. encroaching upon ideas while defending local customs.



Figure 7 The tale "My House."



This operation is the result of an engaged approach to operations used in the design of education, with the community playing a crucial part in each cycle. In order to allow community representatives to contribute information through surveying the area and exchanging information from actual locations within the community, the process includes participation from the community's leaders in the preparation phase with additional interviewing data. Following data analysis, the community takes part in confirming the data's accuracy and helping to decide on the most appropriate presentation method and content. The district also assesses the project satisfaction assessment form to take into account feedback from the public and an analysis of the work's framework by researchers and also keep developing community work procedures. Achieving operational goals results in local learning tools from place names in a storybook form. Communities can use data to analyze changes in the past to date that affect the environment. A teaching tool is the social and economic system, which is later in the field of learning materials created using the process in form of a booklet and online on the "Amazing Kaedum" Facebook page, it serves as a localization tool.

4.3 Satisfaction assessment results from the community and participants' participatory workshop research processes. A satisfaction evaluation has been conducted before and after participating in the event 1: opinions of those related in the community on the illustrated storybooks, which are 25 persons. The questions were

divided into four areas; content, booklet and image, appropriate content and language, and value and benefit. The results of participation and suitability of the event resulted in the assessment are as follows;

Determining the score weight criteria of a questionnaire by grade and then comparing it with the average standards as follows

A score of 4.01 – 5.00 refers to Strongly Agree

A score of 3.01 - 4.00 refers to Agree

A score of 2.01 - 3.00 refers to Neutral

A score of 1.01 - 2.00 refers to Disagree

A score of 0.00 - 1.00 refers to Strongly Disagree

Table 1: The level of the opinion of those involved in the community towards local learning materials from the landscape.

Evaluation of participants' satisfaction	Before participating in the event			After participating in the event		
	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
1. Characteristics of the content						
1. The storyline is easy to understand.	-	-	-	4.12	.34	strongly agree
2. Useful storyline suitable for learning promotion books.	-	-	-	4	.53	strongly agree
3. The community gains the right level of understanding from the book.	-	-	-	4.12	.34	strongly agree
4. Be able to convey content to create a sense of love, pride, and cherish the community.	-	-	-	4.24	.27	strongly agree
2. Booklet and illustration style						
1. Beautiful exterior booklet image attracts attention.	-	-	-	4.16	.39	strongly agree

2. The size and thickness of the book can be conveniently held.	-	-	-	4.28	.42	strongly agree
3. The binding is strong People of all ages can read it easily.	-	-	-	4.32	.36	strongly agree
4. The letters are visible, beautiful Easy to read, consisted neatly organized.	-	-	-	4.12	.44	strongly agree
5. Special effects are available. Invite the community to love reading even more.	-	-	-	4.2	.34	strongly agree
6. The picture is suitable for the title—attractive.	-	-	-	4.28	.32	strongly agree
7. The size of the scrapbook, the page, and the font are suitable.	-	-	-	4.2	.19	strongly agree
3. Content and language are appropriate.	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
1. Use the language correctly and quickly understand.	-	-	-	4.2	.19	strongly agree
2. Language and pictures are consistent.	-	-	-	4.2	.34	strongly agree

Table 1 shows the opinion of those involved in the community towards local learning materials from the landscape. The images are included at a significant level, with the most excellent satisfaction in book layout and illustration. The binding is firm. People of all ages can be easily readable; the image is suitable for the title—attractive. The size and thickness of the book can be easily captured, respectively, and community satisfaction scores after participating in the project.

Evaluation of participants' satisfaction	Before participating in the event			After participating in the event		
	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
3. Accuracy of words and spelling.	-	-	-	4.16	.28	strongly agree
4. Values and benefits	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
1. You have knowledge related to the history of the village.	3.54	.80	agree	4.20	.19	strongly agree
2. You have knowledge related to the village's community forests.	3.42	.84	agree	4.16	.28	strongly agree
3. You have an understanding of the history of the village name.	3.50	.80	agree	4.24	.27	strongly agree
4. The activities to be held result in the community being conscious of doing the common good.	4.08	.62	strongly agree	4.20	.19	strongly agree
5. The events to be held result in the community loving and cherishing.	4.35	.68	strongly agree	4.16	.28	strongly agree
6. You are happy and proud to be part of the community.	4.69	.46	strongly agree	4.20	.19	strongly agree
7. You are proud to be a part of designing local learning materials from the landscape while studying landscape architecture.	4.08	.73	strongly agree	4.12	.34	strongly agree

Table 2: Student satisfaction survey

Evaluation of participants' satisfaction	Before participating in the event			After participating in the event		
	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
1. You have knowledge related to community forests .	3.32	.66	agree	4.10	.68	strongly agree
2. You have knowledge related to Place names .	3.55	.76	agree	4.45	.53	strongly agree
3. The activities to be held result in your conscience to do the common good.	4.18	.49	strongly agree	4.55	.47	strongly agree
4. The events will result in your love, beloved community, and Thainess.	3.91	.53	agree	4.45	.53	strongly agree
5. The events can encourage you to be more disciplined towards yourself and the public.	3.86	.49	agree	4.35	.64	strongly agree
6. The events can encourage you to gain knowledge—understanding, and skills based on content and learning activities.	4.00	.59	agree	4.45	.61	strongly agree
7. The events will make you happy and enjoyable the activities.	3.86	.65	agree	4.20	.69	strongly agree
8. The events can encourage you to be more assertive and self-confident.	3.82	.62	agree	3.90	.88	agree
9. The events can encourage you to develop communication abilities. Thinking and problem-solving.	4.00	.50	agree	4.00	.85	agree
10. The activities can encourage you to apply the knowledge gained from the activities to the profession.	4.00	.50	agree	4.65	.49	strongly agree
11. The event is held as an activity model to meet the needs of students.	3.55	.76	agree	4.1	.61	strongly agree
12. The duration of the event is appropriate.	3.65	.79	agree	3.65	.91	agree
13. The events will make you proud to be part of the design of local learning materials from the landscape while studying landscape architecture.	4.05	.68	strongly agree	4.65	.49	strongly agree

Evaluation of participants' satisfaction	Before participating in the event			After participating in the event		
	X	S.D.	Level	X	S.D.	Level
14. Overall satisfaction in this event.	3.77	.65	agree	4.25	.58	strongly agree

According to Table 2, there was a significant difference between the students' pre- and post-participation satisfaction scores, particularly in the cognitive domains of place names, community forests, and enjoyment of activities. The duration of the event and the encouragement of greater assertiveness and self-belief are secondary to the moderate level.

Conclusion and Discussion

The project objective focuses on designing local learning materials from the noun in the form of storybooks, based on the analysis of the noun data of Nongsim Village, Lao Chan. Through the design study process, participatory operational methods are used. The study results found that local data, and landscapes, are linked to the local identity and wisdom of Nong Sim Lao Chan. Based on physical evidence, community forests. The names of the "guys" come from the pattern of exploiting community forests as resources. The belief space, the traditional area, and the "Chan" derived from the wisdom of the trapping tools representing the abundance of food. It leads to design ideas that leverage community resources corresponding to nouns to create a mentality and local bonds. The



researchers used participatory operational methods to design local learning materials as a storybook design process by creating a story layout in co-development with the community. Take place names data from the analysis, survey data, interviews, and more imagination of the storyteller. The design consists of three storybooks; 1) The origin story and the meaning of "Chan" Animal Traps "Mahatsajan", 2) Tales of Chan Forest Exploitation "The Wonders of Lao Chan Forest", and 3) Tale that show the history and landmarks of the village " My House" story.

The results of satisfaction surveys conducted prior to and following community activities and with students are consistent, fostering an understanding of community and community forests through the creation of age-appropriate local learning resources from landscapes.

Recommendations for further research in the process of studying genomic data, architecture emphasizes the study of phenomena that arise from human relationships with the environment in the landscape. Additional research has contributed significantly to collecting information in different locations and supporting information in different areas to know other environmental conditions and further developed into learning materials in various areas of mutual local development, such as local documentaries, local schools, etc. 3D learning materials, etc.

The community recognized the design direction and started the area's development, according to post-project interviews.

Furthermore, it makes the locals aware of the significance of the region's potential. Additionally, the community hopes to develop a network and a website that connects to neighboring settlements like Ban Nong Charoen. Ban Na Phu and others. The task force is also expected to keep an eye on and support the community's continued growth. Therefore, it began with a project to explore local vegetation in community forests to learn and conserve resources linked to local landscapes.

Acknowledgments

The research project was funded by the Thailand Science Research and Program Management Unit on Area Based Development (PMU A). The fiscal Year 2021.

Bibliography

- Barbara, S. (2005). *how to Write a Children's Book and Get It Published*. Third edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Boonchai, S. (2001). Northeastern Thailand topography. *Journal of Mahasarakham University*, 20(1), 90-97.
- Commission. (2019). *Scope of Thai local wisdom*. Bangkok : Ministry of Culture.
- Hana, H. (2014). *Children's Book Illustrations: Visual Language of Picture Books*. Cris - Bulletin of the Centre for Research and Interdisciplinary Study, *Science*, 14(1), 1-13.



- Jenjai, N. (2020). *Local wisdom*. Chiang rai: Journal of social academic. Office of the National Culture.
- Kaiyarat, R. (2010). Bua: Name of the village. *Thai Culture Journal Name*, 49(3), 26-28.
- Kham-Vajirapitak, P. (2010). A Study of Village Names in Chaiyaphum Province. *Chophayom Journal*. 21(2553), 3-16.
- Lertcharnrit, T. (2016). *Cultural Resource Management*. (2nd) Bangkok : Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre.
- Piyapakorn, P. (1989). Name of a rural village in Chaiyaphum Province. *Journal of geography*, 14(3), 177-182.
- Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. (2012). *knowledge to fight crises*. Bangkok: Printmaking.
- Sonjan, C. (2016). Isaan Pha-Wet Fabric: The structure of the tale, Character particles and reflections of the local cultural way of life. *Journal of The Way Human Society*. 4(1), 83-115.
- Srirajlao, M. (2018). The Study Changed Of Villages Name and Identities is Reflected to Maha Sarakham Province. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 10(2), 112-123.
- Tantanatewin, W. (2020). The process of working for the community in the design of the Temple of the Uppakut in Nong Wang Park, Maha Sarakham Province. *Journal of Architecture, Design and Construction*, 2(2), 75-89.
- Thepsrimuang, C. (2017). *Making children's books*. Faculty of



Humanities and Social Sciences, UdonThani
Rajabhat University.

Move Analysis of Print and Online Advertisements

Chatnarong Chaidet¹, Chawin Srisawat² and Kedsiree Tienprasert³

Received: November 09, 2022

Revised: December 8, 2022

Accepted: December 15, 2022



¹English Department, Humanities and Social Science Faculty,
Rajabhat Maha Sarakham University
(Email:k.husapong@gmail.com)

²English Department, Humanities and Social Science Faculty,
Rajabhat Maha Sarakham University
(Email:srisawatchawin@gmail.com)

³English Department, Humanities and Social Science Faculty,
Rajabhat Maha Sarakham University
(Email:kedsiree.ja@rmu.ac.th)

Abstract

This study aimed to explore the moves used in print and online advertisements. The sample used in this study consisted of 45 print advertisements and 45 online advertisements. The purposes of this study were (i) to identify the moves used in both print and online advertisements and (ii) investigate the differences and similarities of both groups. Four obligatory moves were found in print advertisements: Headlines, Detailing the product or service, Soliciting response, and Brand name and Logo. The remaining moves were optional, except Using pressure tactics which was not found in the moves of print advertisements. Regarding online advertisements, the obligatory moves were Detailing the product or service, and Link button.

Keywords: genre analysis, move analysis, print advertisement, online advertisement

Introduction

An advertisement is a communication tool used by advertisers to convey a message to their target audience. Advertisers use advertising to connect with and communicate with target audiences potentially interested in their products or services. They also use advertisements to inform consumers about new products or services, as well as promotions to persuade them to make a purchase. Many different types of persuasive materials can be used, and language is one of the most important tools for persuading



people, transmitting advertisers' intentions, and communicating meaning through media (Sirbu, 2015).

In this era of globalization, English serves as more than just a means of communication; it may also transport western culture and other globalized cultures to people who come into contact with it and are unconsciously influenced by it (Hjarvard, 2004). As a result, advertisers who want to pursue their dream in the global market should recognize the significant advantages of this international language. Advertising and language can be used effectively and creatively to persuade target audiences by revealing lexical units and discursive elements.

The study of genre has been the major focus of linguistic research for decades. Genre study is the examination of recurring linguistic patterns in spoken and written discourse in the situated events of specific discourse communities with the specific communicative purpose of conveying conventionalized communicative settings (Bhatia, 1997; Swale, 1990). It helps the members of such discourse communities to understand the development or concept behind text organization in those particular communicative events (Hyland, 2008). According to Hyon's (1996, 2017) classification of genre traditions, three main genre schools exist; English for Specific Purposes (ESP), North American New Rhetoric studies, and Australian Systemic Functional Linguistics (SFL). Each of these three schools of genre studies has its distinct points. Scholars have studied genre in advertising, especially in the printed

platform (Bhatia, 2004; Dayag, 2008; dos Santos, 2002; Hashim, 2010; Krishnasamy, 2007). In this digital age, however, people can easily connect with one another by clicking buttons or links, touching screen, or using applications on personal computers or mobile devices. Furthermore, the number of internet users using digital devices is rapidly increasing because it (i) provides areas for various media types, (ii) is accessible from anywhere, and (iii) has more functions than only print communication, e.g., financial transactions and, purchasing products or services (Karson & Korgaonkar, 2001; Nielsen, 2009. cited in Briones, Kuch, Liu, & Jin, 2011).

Advertising in the digital era appears to be different in previous times, as it is gaining popularity and advertisers are focusing more on digital platforms (Nakajima, 2016). Because of the increase in revenue for internet advertising, the advertisers in this discourse community must make a transition from traditional advertising to the new digital platform to survive in this fast-growing and competitive world. On the websites, advertisements not only contain static banners but also animated elements or even interactive features (Janoschka, 2004). It is multimodal and uses language, pictures, and music (Cook, 2001). From this point, advertisers have definitely created a new genre of advertisement in digital mediums with the same communicative purposes conveying shared communicative events and settings.

Numerous research studies have investigated the genre of advertisement, especially the print media. However, few studies



concern the moves used in online advertisements (Larbrador et al., 2014). In Chaidet and Pupipat's (2021) study of move of print and online advertisements, Headlines move, Detailing the product or service move, and Link button move are the obligatory moves in both platforms. As Bhatia (2002) stated, genre is "versatile and dynamic in nature" (p. 6). As a result, studies on the genre of online advertisements are emerging and the differences and similarities in traditional forms and more modern patterns are still ambiguous, indicating the need for further research.

The focus of this study is on both online and print advertisement; the online one is emphasized because this is a relatively new form of advertising, as is communication between online advertisers and customers, in order to understand the emergence of the online genre. In the digital age, there is a need to investigate this online communication.

Objectives

The purposes of this study were to accomplish the following objectives relating to online and print advertisement moves:

1. To identify the moves of print and online advertisements in English language magazines and on websites.
2. To investigate the similarities in, and differences between, the moves used in print and online advertisements.

Research Methodology

The framework used in this study was Chaidet and Pupipat's (2021) framework of move analysis of online advertisements for both print and online advertisements. This move pattern itself was adapted from Bhatia's (2005) move structure of promotional discourse in a print platform. As the framework was amended from the print-based framework, this model was suitable to be used to identify the move in both advertisements.

According to Chaidet and Pupipat (2021)'s framework, the move model consists of eleven moves. Move 1 Headlines establishes the features that can attract and maintain audiences' attention. Move 2 Targeting the market provides the significant benefits that serve the needs of target customers in terms of age, interests, gender, and behaviors. Move 3 Justifying the product or service by establishing a niche points out the gap that customers need to fulfill. Move 4 Detailing the product or service clarifies the details of product or service concerning its worthiness. Move 5 Establishing credentials assures consumers by establishing company's achievements, specialty, experience, and positive image regarding the product or service. Move 6 Endorsement or Testimonials assures customers by providing comments or quotation from reliable sources such as specialists, experts, and celebrities. Move 7 Offering incentives entices customers with discounts. Move 8 Using pressure tactics stimulates customers using deadlines for promotions. Move 9 Soliciting response prepares contact information such as website,



telephone number, e-mail, and address regarding product or service. Move 10 Brand name and Logo identifies company's logo, name, and catchphrase. Finally, Move 11 Link button is a new move that was added due to the fact that it was found only in online advertisements and had a specific function. By clicking, the customer are taken to the virtual page where the product is described in more detail or where the consumers can make a purchase.

Table 1: framework used in this present study (Chaidet & Pupipat, 2021)

Move
Move 1 Headlines
Move 2 Targeting the market
Move 3 Justifying the product or service by establishing a niche
Move 4 Detailing the product or service
Move 5 Establishing credentials
Move 6 Endorsements or testimonials
Move 7 Offering incentives
Move 8 Using pressure tactics
Move 9 Soliciting response
Move 10 Brand name and Logo
Move 11 Link button (<i>online advertisement</i>) *

Besides the move identification scheme, the study employed the cut-off point proposed by Kanoksilapatham (2005): A move occurring in at least 60% is considered to be an “obligatory move,” while a move occurring in less than 60% is regarded as an “optional” one.

Data Collection

The data for this study were English print and online advertisements. Print and online advertisements for three product categories were selected; namely Cosmetics, Personal care, and Clothes and accessories. The main goal of this first stage was to identify the preliminary product categories, which would be used as the genuinely main product categories in this study. In the first step, full-page and two-page English print advertisements were gathered from well-known magazines published in both the US and UK editions; Cosmopolitan, Vogue, GQ, Esquire, Better Homes and Gardens, Forbes, and Times. According to Statista (2019a), Cosmopolitan and Vogue were ranked in the top 10 publications with the largest audiences in 2018 (Statista, 2019a), whereas GQ and Esquire were ranked in the top 10 with the largest audiences among Men's magazines in 2018 (Statista, 2019b). However, these four selected magazines have specific readerships, i.e., Cosmopolitan is a lifestyle magazine and Vogue is a fashion and beauty magazine for generic women readers (Tiggemann & Miller, 2010; Tiggemann & Slater, 2014), and GQ and Esquire are lifestyle magazines for male readers. In order to expand and improve the validity of the study, the readerships of other genre of magazines, namely Forbes Asia in business and marketing topics, The Times in the news genre, and Better Homes and Gardens in the general magazine category (focused on home decorating, gardening, and entertaining), were then added as sources of samples.



A total of 131 English print advertisements were collected from magazines and were divided into eight categories; (i) Personal care products such as cologne, aftershave, lotion, Moisturizer, skin and hair care products, hair dyes, dental care products, deodorants, and personal hygiene products; (ii) Cosmetics such as mascara, eye shadow, lipstick, foundation, and beauty products; (iii) Clothes and accessories such as apparel, earrings, and necklaces; (iv) Food and drinks such as soft drinks, energy drinks, fast foods, and cereals; (v) Medical goods such as health supplements; (vi) Insurance company; (vii) Cigarettes and electronic cigarettes; and (viii) Others.

In the study, the first three product categories that had the highest amount were further analyzed, namely, Clothes and accessories (N=66, 50.38%), Personal care (N=20, 15.27%), and Cosmetics (N=11, 8.40%). Therefore, only print advertisements under these mentioned categories were initially used in this study, and the total number of selected print advertisements was 97. However, the number of selected print advertisements was unequal so the researcher rounded up total number of print advertising texts to 15 in each category, for a total of 45 ads. Online advertisements were compiled using the same product categories as those in the print advertisements section in order to provide comparable features between the two platforms. In order to avoid identical advertisements from print and online versions, the advertisements were retrieved from the official websites of famous brands for which the brands and product types of the selected print advertisements from the

magazines were excluded. Table 2 shows the selected online advertisements.

Table 2 : the selected online advertisements

Cosmetics	Clothes & Accessories	Personal care
MAC Cosmetics	Nike	Olay
Tarte Cosmetics	H&M	Nivea
NYX	Zara Gucci	Dove
Urban Decay	Tiffany & Co.	Garnier
Maybelline		L'Oréal

Results and Discussion

This study was conducted to identify the move structures in English print and online advertisements. The study analyzed 45 print and 45 online advertisements. The present study used the framework from a previous study of Chaidet and Pupipat (2021) on the move structure of advertisements. Moves were coded by the researcher. The move frequency of the print and online advertisements is illustrated in Table 3.

Table 3 : Move frequency of print advertisements

Moves	Print ads (N = 45)	Online ads (N = 45)
Move 1 Headlines	★ 71.11% (N = 32)	● 53.33% (N = 24)
Move 2 Targeting the market	● 2.22% (N = 1)	● 6.66% (N = 3)
Move 3 Justifying the product or service by establishing a niche	● 2.22% (N = 1)	● 8.89% (N = 4)
Move 4 Detailing the product or service	★ 73.33% (N = 33)	★ 75.56% (N = 34)
Move 5 Establishing credentials	● 20.00% (N = 9)	● 13.33% (N = 6)
Move 6 Endorsements or	● 17.78% (N = 8)	● 41.66% (N = 21)
Move 7 Offering incentives	● 20.00% (N = 9)	● 4.44% (N = 2)
Move 8 Using pressure tactics	○	○
Move 9 Soliciting response	★ 71.11% (N = 32)	○
Move 10 Brand name and Logo	★ 91.11% (N = 41)	● 11.11% (N = 5)
Move 11 Link button	-	★ 84.44% (N = 38)

Note: ★ = Obligatory move, ● = Optional move, ○ = No occurrence

As seen in Table 3, all ten moves were identified in the print advertisements. The most frequent move was Move 10 Brand name and Logo with the frequency of occurrence at 91.11% (N = 41), followed by Move 4 Detailing the product or service with the occurrence at 73.33% (N = 33), and Move 1 Headlines and Move 9 Soliciting response with the equal occurrence at 71.11% (N = 32). Based on the cut-off point, all four moves mentioned above were

obligatory. The remaining was an optional move, Move 8 Using pressure tactics which did not appear in the results of the present study.

Online advertisements were also analyzed using the same move model as print advertisements. As shown in Table 3, all eleven moves were identified in online advertisements. Unlike the moves in print advertisements, there were only two obligatory moves, Move 11 Link button (84.44%, $N = 38$) and Move 4 Detailing the product or service (75.56%, $N = 34$), the remaining moves were optional. Move 8 Using pressure tactics and Move 9 Soliciting response were not found in the online advertisements. The data indicates that the online advertisements applied fewer move structures than the print advertisements.

In terms of moves, the comparison between print and online advertisements was made. Move 4 Detailing the product or service was an obligatory move in both print and online advertisements which was in line with the result of Labrador et al (2014). This move was important because details and the name of products or services could strongly influence the decision-making process of consumers (Charette, Hooker, & Stanton, 2015). It contained the essential information i.e., the name of products or services, expected results, ingredients, or prominent features. By reading the details that were written in ads, consumers could use the information to determine if they wanted to buy that specific product or another. Furthermore, consumers could differentiate



products or services from competitors by their names (Skorinko, Kemmer, Hebl & Lane, 2006).

Interestingly, the emphasis for Move 1 Headline and Move 10 Brand name and logo was different between the two mediums; these moves were obligatory in print advertisements but optional in online ones, which had a considerably lower frequency. Musté, Stuart and Botella (2015) mentioned that headlines could attract consumers' attention. Moreover, brand names which were a strong element and easily recognized could influence consumers and create a positive brand image (Park & Lennon, 2009). It could be that these moves were obligatory because of their distinct features. Perhaps this move that does not only attract consumers' attention but can also persuade consumers to continue reading, publicize a product or service quality, manipulate consumers to buy products or services, and strengthen consumers' memory of a product or service. This then provides more opportunities for advertisers to reach out and attract more consumers.

Moreover, Move 9 Soliciting response was not found in the move structure of online advertisements, whereas it appeared to be an obligatory move of print advertisements. The obligatory occurrence of this move in print advertisements in line with Luo and Huang (2015) and Yong and Mei (2018). Compared with the print advertisement, the online advertisement did not contain this move but instead contained the Move 11 Link button. This move appeared to be an obligatory move of online advertisements. According to

Askehave and Nielsen (2005), links or symbols that can navigate consumers to another page are one of the characteristics of the digital genre as they have made advertisements more interesting and direct to specific information. By clicking on a button, consumers are automatically navigated to a designated page, for example, a page that contains more information or a purchasing page. Moreover, Move 11 was also beneficial for advertisers or marketers, especially online platforms. To elaborate, advertisers can extend a consumer database by a click-through rate algorithm, which help advertisers track consumers and thus assist with behavioral targeting (Liu, Yan, Fan, Yang & Chen, 2009). With the use of the algorithm, online advertisements that relate to consumers' interests are displayed on their screens and manipulated them to buy a product. As such, Move 11 provides a convenient way for consumers to obtain more details and for product or service owners to get more marketing data which help create more trading opportunities.

Conclusions

There were four obligatory moves of print advertisements: Move 1 Headlines, Move 4 Detailing the product or service, Move 9 Soliciting response, and Move 10 Brand name and Logo. The remaining moves were optional moves, except Move 8 Using pressure tactics which was not found in the print advertisements. Regarding online advertisements, the obligatory moves were Move 4 Detailing the product or service, and Move 11 Link button.



Limitations and recommendations

In the present study, the limitations and recommendations are listed below section. The study provides an understanding of the moves used in personal care products, Clothes and accessories, and cosmetics in print and online advertisements. Further research should be conducted to explore the online advertisements in other product categories such as food and drinks (e.g. fizzy drinks and milk) and electronic devices (e.g. mobile phones and laptops). Accordingly, the results of future research might generate more accurate and broader generalizations of various disciplines in the promotional genre. Additionally, the study focused on online advertisements derived from brands' official websites. Further studies can include advertisements from other platforms: conventional (e.g., print, billboards,) and online (e.g., social media, Facebook, and Twitter). The results of these studies could yield differing and more salient points concerning the moves on various platforms.

Bibliography

- Askehave, I., & Nielsen, A. E. (2005). *What are the characteristics of digital genres?-Genre theory from a multi-modal perspective*. In Proceedings of the 98a). IEEE. 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 98a-98b).
- Bhatia, V. K. (1997). Genre-mixing in academic introductions. *English for specific purposes*, 16(3), 181-195.

- Bhatia, V. (2002). Applied genre analysis: a multi-perspective model. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para fines específicos (AELFE)*, (4), 3-19.
- Bhatia, V. (2004). *Worlds of written discourse: A genre-based view*. London : Bloomsbury Publishing.
- Bhatia, V. K. (2005). Generic patterns in promotional discourse. *Persuasion across genres: A linguistic approach*, 213-225.
- Briones, R. L., Kuch, B., Liu, B. F., & Jin, Y. (2011). Keeping up with the digital age: How the American Red Cross uses social media to build relationships. *Public relations review*, 37(1), 37-43.
- Chaidet, C., & Pupipat, A. (2021). Move Analysis of Women and Men's Personal Care Product Online Advertisements. *Journal of Studies in the English Language*, 16(2), 22-51.
- Charette, P., Hooker, N. H., & Stanton, J. L. (2015). Framing and naming: A process to define a novel food category. *Food Quality and Preference*, 40, 147-151.
- Cook, G. (2001). *The discourse of advertising*. and edition. London : Routledge.
- Crystal, D. (2012). *English as a global language*. Cambridge university press. Cambridge : Cambridge university.
- Dayag, D. (2008). *The Discourse of Print Advertising in the Philippines: Generic Structures and Linguistic Features*. In PACLIC (pp. 1-15).
- dos Santos, V. P. (2002). Genre analysis of business letters of negotiation. *English for specific purposes*, 21(2), 167-199.



- Hashim, A. (2010). Print advertisements in Malaysia. *World Englishes*, 29(3), 378-393.
- Hjarvard, S. (2004). The globalization of language. How the media contribute to the spread of English and the emergence of medialects. *Nordicom Review*, 25(1-2), 75-97.
- Hyland, K. (2008). Genre and academic writing in the disciplines. *Language Teaching*, 41(4), 543-562.
- Hyon, S. (1996). Genre in three traditions: Implications for ESL. *TESOL quarterly*, 30(4), 693-722.
- _____. (2017). *Introducing Genre and English for Specific Purposes*. London : Routledye.
- Janoschka, A. (2004). *Web advertising: new forms of communication on the Internet*, Amsterdam John Benjamins Publishing.
- Kanoksilapatham, B. (2005). Rhetorical structure of biochemistry research articles. *English for specific purposes*, 24(3), 269-292.
- Karson, E. J., & Korgaonkar, P. K. (2001). An experimental investigation of Internet advertising and the elaboration likelihood model. *Journal of current issues & research in advertising*, 23(2), 53-72.
- Kirkpatrick, A. (2011). English as an Asian lingua franca and the multilingual model of ELT. *Language Teaching*, 44(2), 212-224.
- Krishnasamy, K. (2007). English in Tamil: the language of advertising. *English Today*, 23(3-4), 40-49

- Labrador, B., Ramón, N., Alaiz-Moretón, H., & Sanjurjo-González, H. (2014). Rhetorical structure and persuasive language in the subgenre of online advertisements. *English for specific purposes*, 34, 38-47.
- Liu, N., Yan, J., Fan, W., Yang, Q., & Chen, Z. (2009). *Identifying vertical search intention of query through social tagging propagation*. In Proceedings of the 18th international conference on World wide web (pp. 1209-1210).
- Luo, J., & Huang, T. (2015). Genre-Based Analysis of American Tourism Brochure. *Open Journal of Social Sciences*, 3(09), 200.
- Musté, P., Stuart, K., & Botella, A. (2015). *Linguistic choice in a corpus of brand 350-358*. slogans: repetition or variation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 198,
- Nakajima, S. (2016). State of Online Advertising Worldwide. *Digiworld Economic Journal*, (104), 89-97.
- Park, M., & Lennon, S. J. (2009). *Brand name and promotion in online shopping contexts*. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Sirbu, A. (2015). THE SIGNIFICANCE OF LANGUAGE AS A TOOL OF COMMUNICATION. *Scientific Bulletin" Mircea cel Batran" Naval Academy*, 18(2), 405.
- Skorinko, J. L., Kemmer, S., Hebl, M. R., & Lane, D. M. (2006). A rose by any other name...: Color-naming influences on decision making. *Psychology & Marketing*, 23(12), 975-993.
- Statista. (2019a). *Monthly reach of leading women's magazines in*



the United Kingdom (UK) from January 2018 to December 2018 (in 1,000 individuals). Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/246085/reach-of-selected-womensmagazines-in-the-uk/>

Statista. (2019b). *Monthly reach of selected men's magazines in the United Kingdom (UK) from January 2018 to December 2018 (in 1,000 individuals).* Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/246096/reach-of-selected-mensmagazines-in-the-uk/>

Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings.* Cambridge University Press.

Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex roles*, 63(1), 79-90.

Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606-620.

Yong, L. Y., & Mei, C. C. Y. (2018). A Genre and Multimodal Analysis of Milk Formula Advertisements in a Local Parenting Magazine. *LSP International Journal*, 5(2).

ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่ : สารัตถะและข้อเสนอใหม่เกี่ยวกับอักษรไทยน้อย
King Xoumphou Inscription :
Essence and New Suggestions for Tai Noi Alphabet
Studies

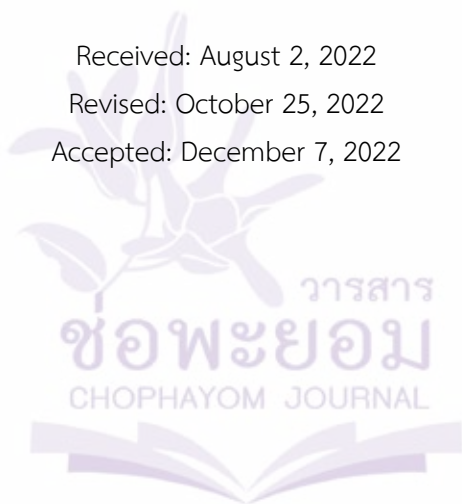
วิมล เขตตะ¹

Wimol Khetta²

Received: August 2, 2022

Revised: October 25, 2022

Accepted: December 7, 2022



¹หลักสูตรสาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Thai for Communication, Faculty of Humanities and Social
Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University
(Email: khattawimol@gmail.com)



บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา และตัวอักษรที่ปรากฏในศิลาจารึกของพระเจ้าชุมพุ พบ ณ วัดพระใหญ่ผาหุด เมืองसानะคาม ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ตรงข้ามกับอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประเทศไทย) ผลการศึกษา พบว่า

1. ด้านเนื้อหา เป็นการกล่าวถึง พระเจ้าชุมพุอาราธนาเจ้าหัววัดกลางขึ้นมาเป็นพระมหาสามีเจ้าวัดมโน และให้ชายเมื่อตีมาสร้างวัดที่พระมหาสามีเจ้าสร้างไว้ยังไม่ทันแล้ว พระเจ้าชุมพุมานำพระมหาสามีเจ้าที่วัดมโนและอุทิศที่ดินให้แก่วัด (ที่สร้างใหม่) พระมหาสามีเจ้าถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพุ บรรทัดสุดท้ายของจารึกปรากฏปีศักราช 872 (ปีจุลศักราช ตรงกับ พ.ศ. 2053) ซึ่งปีศักราชที่ปรากฏนี้ ขัดแย้งกับบันทึกในพงศาวดารที่ระบุว่า พระเจ้าชุมพุสิ้นพระชนม์เมื่อ พ.ศ. 2044 ในขณะที่หลักฐานจากจารึก ยืนยันว่า พ.ศ. 2053 พระองค์ยังมีพระชนม์ชีพอยู่ ฉะนั้น ปีการขึ้นเสวยราชและสิ้นพระชนม์ของพระเจ้าชุมพุจึงเป็นประเด็นที่ควรนำกลับมาทบทวนใหม่

2. อักษรที่ใช้ในการจารึก ใช้อักษรไทยน้อย หรืออักษรลาวเดิม บันทึกด้วยภาษาไทย-ลาว ลักษณะอักษรที่ปรากฏทั้งรูปสัณฐานและอักษรวรรี แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของอักษรฝักขามอย่างเด่นชัด ซึ่งแต่เดิม นักวิชาการด้านอักษรวรรีฯ เชื่อกันว่าอิทธิพลของอักษรฝักขามเข้าสู่ล้านช้างในยุคสมัยของพระเจ้าวิสุทราช (พ.ศ. 2044-2063) และพระเจ้าโพธิสาลราช (พ.ศ. 2063-2093) และได้กำหนดให้ศิลาจารึกวัดแดนเมือง (พ.ศ. 2073) เป็นจุดเริ่มต้นของพัฒนาการอักษรไทยน้อย แต่จากหลักฐานรูปอักษรที่ปรากฏในศิลาจารึกพระเจ้าชุมพุ (พ.ศ. 2053) แสดงให้เห็นว่า อักษรไทยน้อยมีพัฒนาการมาก่อนหน้านั้นแล้ว

คำสำคัญ: พระเจ้าชุมพุ, ศิลาจารึก, สารัตถะ

Abstract

The article aims at studying King Xoumphou Inscription located in Wat Phra Yai Pha Hot Sanakham District, Laos PDR (opposite Chiangkhan District, Loei province, Thailand) in terms of content and characteristics of inscription alphabets. The results show that

1. The content of the inscription records when King Xoumphu promoted Chaohua Watklang to be Phra Maha Sami Chao (a high rank of Buddhism Sangha position) of Wat Mano and assigned skilled men to build the temple being built by the Phra Maha Sami Chao. King Xoumphou went to pay respect to Phra Maha Sami Chao at Wat Mano and donated land for the newly built temple. The king was blessed for the contribution to Buddhism by Phra Maha Sami Chao. The last line of the inscription mentions the 872nd year of the kingdom (2053 Buddhism year/1510 A.D.). The evidence contrasts with the Lan Chang history which issues the Buddhism year of 2044 as the last year of King Xoumphu's life. That the inscription issues the year 2053 raises the discussion of the life of King Xoumphu.

2. Tai Noi alphabets and Tai-Lao language are used in the inscription. The influence of characteristics and structures of Fakkham script is noticed. Originally, scholars in paleography believed that the use of the Fakkham script was brought to the Lan Chang Kingdom in the era of King Vixoun (2044-2063 B.E./1501-1520 A.D.) and King Photisarath (2063-2090 B.E./1520-1547 A.D.) as issued in the Wat Dan Mueng inscription to be in the Buddhist year of 2073



(1530 A.D.). However, the piece of evidence found in King Xoumphou Inscription (2053) implies that the Tai Noi alphabets were developed before.

Keywords: King Sumphou, Inscription, Essence

บทนำ

ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่ กำหนดชื่อเรียกตามนามบุคคลสำคัญที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักนี้ พระนามดังกล่าว สันนิษฐานว่าหมายถึง ท้าวชุมพู่ หรือ ท้าวชมภู พระมหากษัตริย์ล้านช้าง ซึ่งในพงศาวดารล้านช้างบันทึกเรื่องราวของพระองค์ไว้เพียงสั้น ๆ ว่า พระองค์เป็นโอรสของพระเจ้าหล้าแสนไทไตรภูวนาถ และได้ขึ้นเสวยราชย์เป็นกษัตริย์ปกครองอาณาจักรล้านช้างต่อจากพระราชบิดา ในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 21 ขณะขึ้นเสวยราชย์ ยังทรงพระเยาว์ และปกครองอาณาจักรในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณ 4-5 ปีเท่านั้น ส่วนในประเด็นเรื่องปีเสวยราชย์ พระชนมายุเมื่อขึ้นเสวยราชย์ หรือแม้แต่พระนาม ดูเหมือนว่าพงศาวดารแต่ละฉบับจะบันทึกไว้ไม่สอดคล้องต้องกัน เช่น พงศาวดารล้านช้าง ถ้อยคำตามฉบับเดิม บันทึกว่าพระเจ้าชุมพู่ ครองราชย์อยู่ 5 ปี ระหว่าง จ.ศ. 858 ถึง จ.ศ. 863 (พ.ศ. 2039 ถึง พ.ศ. 2044) และพงศาวดารหลวงพระบาง ฉบับศาลาลูกขุน บันทึกว่า พระเจ้าชุมพู่ ครองราชย์ 5 ปี เช่นกัน แต่ต่างที่ศักราช กล่าวคืออยู่ระหว่าง จ.ศ. 853 ถึง จ.ศ. 858 (พ.ศ. 2034 ถึง พ.ศ. 2039) สันรัชกาลโดยถูกถอดและถึงแก่กรรมในปีนั้น เป็นต้น

จากบันทึกที่ปรากฏในพงศาวดารล้านช้างนี้ จะเห็นถึงความไม่สอดคล้องต้องกันในหลายประเด็น โดยเฉพาะประเด็นเรื่องศักราช ฉะนั้น การค้นพบศิลาจารึกหลักนี้จึงมีความสำคัญต่อการศึกษาประวัติศาสตร์ล้านช้างในสมัยของพระเจ้าชุมพู่ เนื้อความที่ปรากฏในจารึกอาจนำมาช่วยเสริมเติมส่วนที่ขาดหายไปของประวัติศาสตร์ล้านช้างในช่วงระยะเวลาดังกล่าวได้ และในฐานะเอกสาร

ขั้นต้น ยังอาจใช้เป็นเครื่องมือในการสอบทานหรือชำระเอกสารประเภทพงศาวดารได้อีกทางหนึ่ง และนอกจากนี้ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่ ยังเป็นจารึกที่บันทึกด้วยอักษรไทยน้อยซึ่งพบเพียงไม่กี่หลัก ที่มีอายุอยู่ในช่วงต้นสมัยล้านช้าง จึงนับเป็นข้อมูลด้านอักษรวิทยาที่สำคัญในการศึกษาที่มาที่ไปของอักษรไทยน้อยโดยเฉพาะในยุคแรกเริ่ม อย่างไรก็ตาม แม้ศิลาจารึกหลักนี้จะมีความสำคัญดังที่กล่าวมา หากแต่ปัจจุบันยังไม่ได้มีการอ่านและถอดความ เผยแพร่ในแวดวงวิชาการภาษาไทยแต่อย่างใด ฉะนั้นบทความนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อ 1) อ่านและถอดความ พร้อมนำเสนอเนื้อหาสาระของจารึกพระเจ้าชุมพู่ในฐานะเอกสารชิ้นต้นในวงกว้าง 2) นำเสนอหลักฐานใหม่เกี่ยวกับอักษรไทยน้อย ซึ่งแต่เดิมการศึกษาอักษรไทยน้อยมักเริ่มต้นที่จารึกวัดแดนเมือง 1 และ 2 (พ.ศ. 2073 และ พ.ศ. 2078) และเชื่อกันว่า อักษรไทยน้อยได้รับอิทธิพลอักษรไทยฝักขามที่เข้ามาในช่วงความสัมพันธ์ระหว่างล้านนากับล้านช้างในสมัยของพระเจ้าวสุลราช (พ.ศ. 2044-2063) และสมัยพระเจ้าโพธิสาลราช (พ.ศ. 2063-2093) (ธวัช ปุณโณทก, 2530) การค้นพบศิลาจารึกที่มีอายุเก่าแก่กว่าศิลาจารึกวัดแดนเมืองเช่นนี้ ทำให้ต้องมีการทบทวนองค์ความรู้ของอักษรไทยน้อยใหม่

เนื้อหา

บทความนี้ แบ่งเนื้อหาในการศึกษาเป็น 4 ประเด็น คือ สถานที่ค้นพบจารึก คำอ่านจารึก สารัตถะ และวิเคราะห์อักษรที่ใช้จารึก ดังนี้

1. สถานที่พบศิลาจารึก

สถานที่พบศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่ ปัจจุบันคือวัดพระใหญ่ผาหุด ตั้งอยู่ในเขตเมืองसानะคาม ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) นามวัดนี้ตั้งตามนามพระพุทธรูปประทับยืนแสดงปางถวายเนตรขนาดใหญ่ ที่ประดิษฐานเป็นพระประธานภายในอุโบสถของวัด ในการค้นพบศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่สืบเนื่องจาก ผู้เขียนเดินทางสำรวจจารึกในพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

และเมืองसानะคาม สปป.ลาว เมื่อ พ.ศ. 2540 ตามข้อมูลบันทึกการสำรวจของเอเจียน แอมอนิเย นักเดินทางชาวฝรั่งเศส ได้รับการแปลเป็นภาษาไทย โดย ทองสมุทร โดเร และสมหมาย เปรมจิตต์ (2539) ในชื่อ “บันทึกการเดินทางในลาว ภาคหนึ่ง พ.ศ. 2438” ซึ่งปรากฏข้อความว่า “วันอังคารที่ 26 กุมภาพันธ์ เจ้าเมืองเชียงคานได้นำพวกเขาล่องเรือไปตามแม่น้ำ เพื่อไปค้นหาศิลาจารึก ออกเดินทางไปเวลา 9.30 น. พวกเขาผ่านหน้าบ้านท่าอุด (Ban Tha Out) ที่ด้านซ้าย ผ่านแก่งกืหา (Keng Ki Ha) ผ่านหน้าหมู่บ้านปากมีที่ด้านซ้าย ผ่านแก่งกุดกู (Keng Kout Kou) ผ่านหมู่บ้านท่าแป้นที่ด้านขวาอีกครั้ง แล้วจึงไปหยุดที่ตีนห้วยผาแลน (Houe Pha Len) ซึ่งอยู่ริมฝั่งซ้าย ปีนขึ้นเนินเขาไป และค้นหาทั่วทุกด้าน ในที่สุดก็พบศิลาจารึกในถ้ำแห่งหนึ่ง ลึก 10 เมตร ปากถ้ำหันหน้าสู่ทิศตะวันออก ปากถ้ำนั้นกว้างเพียง 2 ศอก และสูง 3 ศอก ในถ้ำซึ่งมีความกว้างและสูงประมาณ 4 เมตร มีพระพุทธรูปทองแดง 8 องค์ และมีแผ่นศิลาจารึกกว้าง 1 ศอก สูง 1 ศอก กับ 1 ฝ่ามือ ศิลาจารึกดังกล่าวนี้ได้แตกหัก ยังมีตัวอักษรเหลือเพียงด้านเดียว พวกเขานำเอาแผ่นศิลาจารึกออกมาข้างนอกที่มีแสงสว่าง เพื่อพิมพ์เอาตัวจารึก 2 ชิ้น ในถ้ำนั้นมีตีสินทองต้องจุดได้เวลาบ่ายโมงครึ่ง พวกเขาเดินทางกลับมาถึงเมืองเชียงคานเวลา 1 ทุ่ม”

อย่างไรก็ตาม ในการสำรวจครั้งนี้กลับไม่พบจารึกในตำแหน่งที่ระบุไว้ในหนังสือเล่มดังกล่าว หากแต่ได้พบศิลาจารึกจำนวน 3 หลัก จัดเก็บรักษาไว้ในพระอุโบสถวัดพระใหญ่ผาหัด เมืองसानะคาม (สปป.ลาว) ขณะที่พบ ศิลาจารึกทั้ง 3 หลัก อยู่ในสภาพตั้งเรียงพียงอยู่กับฐานซุกซิด้านหลังของพระใหญ่ จากลักษณะตำแหน่งที่ตั้งของศิลาจารึกทั้ง 3 หลัก สันนิษฐานว่า น่าจะมีการเคลื่อนย้ายมาจากที่อื่น แล้วนำมาเก็บรักษาไว้ภายในอุโบสถแห่งนี้ ลักษณะศิลาจารึกทั้ง 3 หลัก

หลักแรก มีลักษณะเป็นแท่งหินขนาดกว้างประมาณ 16 เซนติเมตร สูงประมาณ 61 เซนติเมตร ปรากฏตัวอักษร 1 ด้าน บันทึกด้วยอักษรไทยน้อย หรือ

ลาวเดิม ภาษาไท-ลาว จำนวน 25 บรรทัด สันฐานอักษรขนาดใหญ่ เส้นอักษรเป็นร่องลึกชัดเจน อ่านได้ทุกบรรทัด เนื้อความปรากฏพระนามของพระเจ้าชุมพุบรรทัดสุดท้ายระบุศักราช 872 ตรงกับ พ.ศ.2053 ซึ่งในบทความนี้จะกำหนดชื่อเรียกศิลาจารึกหลักนี้ว่า จารึกพระเจ้าชุมพุ ตามพระนามที่ปรากฏดังกล่าวหลักที่สอง มีลักษณะเป็นแท่งหิน คล้ายกับจารึกพระเจ้าชุมพุ ขนาดกว้างประมาณ 23 เซนติเมตร สูงประมาณ 59 เซนติเมตร ปรากฏตัวอักษร 1 ด้าน บันทึกด้วยอักษรไทยน้อย ภาษาไท-ลาว ปรากฏศักราช 974 ตรงกับ พ.ศ. 2155 อยู่ในรัชสมัยของสมเด็จพระวรวงศาธรรมิกราช เนื้อความกล่าวถึงพระมหาอุปราช มีศรัทธาถวายที่ดินแก่มหาอัฐเจ้า

หลักที่สาม มีลักษณะเป็นแผ่นหินชนวน สภาพแตกหักเหลือเพียงบางส่วน จารึกด้วยอักษรไทยน้อย รูปร่างอักษรชัดเจน ปรากฏเลขศักราชเป็นปีจุลศักราช ในช่วงท้ายจารึก คือปี จ.ศ.969 ตรงกับ พ.ศ. 2150 อยู่ในรัชสมัยของสมเด็จพระวรวงศาธรรมิกราช เนื้อความที่เหลืออยู่กล่าวถึงการอุทิศที่ดินข้าทาสและพืชผลให้กับวัด ในจารึกมีการสาปแช่งผู้ที่จะมาช่วงชิงถวญของที่อุทิศนี้

สำหรับในบทความนี้ จะกล่าวถึงเฉพาะศิลาจารึกของพระเจ้าชุมพุเท่านั้น ซึ่งจารึกหลักนี้ ได้รับการเคลื่อนย้ายมาเก็บไว้ที่วัดพระใหญ่ผาหัดเมื่อใด ไม่ปรากฏหลักฐาน จึงไม่สามารถสืบหาแหล่งที่มาได้แน่ชัด อย่างไรก็ตาม จากเนื้อความตอนหนึ่งที่กล่าวถึงขอบเขตที่ดินที่ถวายแก้วว่า “ก้ำหนึ่งน้ำมีเป็นแดน” น้ำมีในที่นี้จะหมายถึง แม่น้ำมีที่ไหลลงน้ำโขงด้านใต้ของเมืองसानะคาม แสดงให้เห็นว่า จารึกหลักนี้คงเป็นจารึกที่สร้างขึ้นในเมืองसानะคามนั่นเอง และตำแหน่งที่ตั้งเดิม คงเป็นวัดใดวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่บริเวณปากมี คือ วัดสังเขน ปัจจุบันเป็นวัดร้างที่ตั้งอยู่ด้านฝั่งเหนือของปากน้ำ และวัดปากมีที่ตั้งอยู่ด้านฝั่งใต้ของปากน้ำ

2. คำอ่านจารึกพระเจ้าชุมพุ

จารึกพระเจ้าชุมพุ จารึกด้วยอักษรไทยน้อย (นักวิชาการลาวเรียกอักษรชนิดนี้ว่า อักษรลาวเดิม) ภาษาไท-ลาว เพื่อสะดวกแก่ผู้ที่สนใจศึกษาใน

ที่นี้จะขอนำคำอ่านทั้งหมดมาลงไว้ด้วย โดยในการอ่านครั้งนี้ ในส่วนคำจารึกเป็นการอ่านแบบปริวรรตตามตัวอักษรตัวต่อตัวโดยไม่คำนึงถึงเสียงอ่านสัญลักษณ์ที่ใช้ในการอ่านครั้งนี้ ชิดเส้นใต้อักษร หมายถึง อักษรสองตัวมีเส้นเชื่อมติดกันเป็นอักษรเดียว เช่น /อย/ /หน/ เครื่องหมายจุด (.) ใต้อักษร หมายถึง พยัญชนะตัวที่ตามพยัญชนะที่มีจุด ในจารึกเขียนด้วยพยัญชนะตัวเชิงวางอยู่ใต้พยัญชนะที่มีจุด เช่น /พระ/ พยัญชนะ /ร/ ในจารึกเขียนด้วยตัวเชิงวางอยู่ใต้พยัญชนะ /พ/ ไม่หันอากาศ ใช้แทนไม้ขีด และไม่กง วางตำแหน่งตามที่ปรากฏในจารึก เครื่องหมาย X หมายถึง ตำแหน่งนั้นหินชำรุด อาจเคยมีตัวอักษรแต่ลบเลือนหายไป หรือไม่มีก็ได้ ส่วนคำในวงเล็บหมายถึง คำที่อักษรลบเลือน แต่พอคลาดเดาได้ว่าหมายถึงอะไร

จารึกพระเจ้าชุมพู	คำจารึก	คำอ่านปัจจุบัน
	1. พระพรหมวิสุทธิกษัตริย์	1. พระพรหมวิสุทธิกษัตริย์
	2. รัตนโกสินทร์	2. รัตนโกสินทร์
	3. พระเจ้าชุมพู	3. พระเจ้าชุมพู
	4. ราชธานี	4. ราชธานี
	5. เจ้าเมือง	5. เจ้าเมือง
	6. เมือง	6. เมือง
	7. เมือง	7. เมือง
	8. เมือง	8. เมือง
	9. เมือง	9. เมือง
	10. เมือง	10. เมือง
	11. เมือง	11. เมือง
	12. เมือง	12. เมือง
	13. เมือง	13. เมือง
	14. เมือง	14. เมือง
	15. เมือง	15. เมือง
	16. เมือง	16. เมือง
	17. เมือง	17. เมือง
	18. เมือง	18. เมือง
	19. เมือง	19. เมือง
	20. เมือง	20. เมือง
	21. เมือง	21. เมือง
	22. เมือง	22. เมือง
	23. เมือง	23. เมือง
	24. เมือง	24. เมือง
	25. เมือง	25. เมือง

ภาพที่ 1 จารึกพระเจ้าชุมพูและคำอ่าน

3. สารัตถะด้านเนื้อหา

เนื้อความที่ปรากฏในศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู เป็นการบอกเล่าถึงกุศลกิจกรรมของพระเจ้าชุมพู โดยผู้เล่าเรื่องมีฐานะเป็นบุคคลที่ 3 ที่รู้เห็นเหตุการณ์ทั้งหมด แต่ไม่ปรากฏตัวตนว่าหมายถึงใคร ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้เล่า” จากลักษณะเนื้อความในจารึก อาจแบ่งเนื้อความได้เป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 อดีตอันไกล เนื้อความตั้งแต่พระเจ้าชุมพู อารธนาพระหัตถ์วัดกลาง ให้มาอยู่วัดมโน ซึ่งขณะนั้นพระหัตถ์วัดกลางกำลังสร้างวัดแห่งหนึ่ง ยังไม่ทันแล้ว พระเจ้าชุมพูจึงโปรดให้ชายเมื่อตีไปสร้างวัดแห่งนั้นต่อ จึงสำเร็จลักษณะเนื้อความในตอนที่ 1 นี้ รูปความเป็นการกล่าวย้อนหลังถึงอดีตอันไกล ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อครั้งพระเจ้าชุมพูขึ้นเสวยราชย์ ซึ่งโดยธรรมเนียมปฏิบัติของกษัตริย์ล้านช้าง เมื่อขึ้นเสวยราชย์จะมีการสถาปนาพระสงฆ์สำคัญ เช่น ในสมัยพระเจ้าไชยจักรพรรดิแผ่นแผ้ว เมื่อแรกขึ้นเสวยราชย์ปกครองเชียงตุงเชียงทอง ได้สถาปนา “พระมหาสมุทรเจ้าเป็นธรรมเสนา ให้อยู่วัดมโนรม จึงเอาพระมหายานคัมภีร์เจ้า เป็นสังฆเสนาให้อยู่วัดโบสถ์ทางเมือง” (ประชุมพงศาวดาร, 2512) ในสมัยพระเจ้าหล้าแสนไท “รับเป็นพระเจ้าแผ่นดินปกครองล้านช้างแล้ว ได้ป็นหนึ่ง ได้สถาปนา มหาเถรเจ้าเทพหลวง อยู่วัดโบสถ์กลางเมือง ให้เป็นที่ พระธรรมเสนา แล้วให้มาจำพรรษาอยู่ที่วัดมโนรม” (ประชุมพงศาวดาร, 2512) ฉะนั้นการสถาปนาพระหัตถ์วัดกลาง ขึ้นเป็นพระมหาสามีเจ้า และอารธนาให้มาปกครองวัดมโน ในสมัยพระเจ้าชุมพูนี้ จึงน่าจะเกิดในโอกาสลักษณะเดียวกัน

ตอนที่ 2 ปัจจุบันของอดีต เนื้อความตั้งแต่พระเจ้าชุมพูเสด็จไปให้นมัสการพระมหาสามี เจ้าวัดมโน (ตำแหน่งใหม่ของพระหัตถ์วัดกลาง ได้รับการสถาปนาเมื่อครั้งที่พระเจ้าชุมพูอารธนาให้มาปกครองวัดมโน) พระมหาสามีเจ้า (พระหัตถ์วัดกลาง) ถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพู พระเจ้าชุมพูถวายที่นาแก้ววัดเข้าใจว่าน่าจะหมายถึงวัดที่สร้างใหม่ ซึ่งตอนที่ 2 นี้ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใน

ปีจุลศักราช 852 หรือ พ.ศ.2053 อันเป็นปีที่มีการจารึกนั่นเอง

ในตอนที่สองนี้ เนื้อความคลุมเครือไม่ชัดเจน สังเกตได้จากรูปประโยคที่ขาดประธาน หรือขาดกรรม จากข้อความ “...ให้ชายเมื่อตีมาสร้างจ้งแล้ว” “...เมื่อไหว้มหาสามีเจ้ามน” “...จึงถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพู่” และ “...จึงมาให้นา...” จะสังเกตว่า “...ให้ชายเมื่อตีมาสร้างจ้งแล้ว” “...เมื่อไหว้มหาสามี” “...จึงถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพู่” เป็นรูปประโยคที่ขาดประธาน เนื้อความจึงกำกวม ไม่ชัดเจนว่าหมายถึง ใคร? ส่งให้ชายเมื่อตีมาสร้างวัด ใคร? มาไหว้มหาสามีเจ้ามน และใคร? คือผู้ถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพู่? และประโยค “...จึงมาให้นา...” เป็นรูปประโยคที่ขาดทั้งประธานและกรรม คือ ไม่ระบุว่าใคร? เป็นผู้ถวายนา และถวายแก่ใคร? ที่ไหน? ความคลุมเครือเช่นนี้ ทำให้สามารถอ่านและตีความได้เป็น 2 แนวทางคือ

แนวทางแรก ตีความว่า ประธานประโยคที่ขาดหายในที่นี้ หมายถึง ผู้เล่าเรื่อง และเป็นผู้เห็นเหตุการณ์ทั้งหมด โดยจุดประสงค์ในการเล่าเรื่องก็เพื่อต้องการเล่าประวัติของวัดที่สร้างใหม่ และผู้มีส่วนในการสร้างวัด โดยในส่วนที่สองจะเป็นการถวายนาบุญหรืออุทิศส่วนกุศลแก่พระเจ้าชุมพู่ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสร้างวัดแห่งนี้ ผู้เล่า ในที่นี้อาจหมายถึง “ชายเมื่อตี” ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากพระเจ้าชุมพู่ ให้มาสร้างวัดแห่งนี้ต่อจากพระหั่วเจ้า เมื่อสร้างวัดเสร็จแล้วจึงได้มาไหว้พระหั่วเจ้า ซึ่งขณะนั้นเป็นมหาสามีเจ้าวัดมน เพื่อรายงานผลการดำเนินงาน และการที่ประโยคในส่วนที่สองเล่าโดยละประธานของประโยคก็อาจเป็นเพราะผู้เล่าอาศัยความเป็นปัจจุบันกาลและตัวผู้เล่าเองเป็นประธานของประโยค ซึ่งหากตีความไปในแนวทางนี้ เนื้อเรื่องที่ควรจะเป็น ก็จะดำเนินไปอย่างนี้ คือ (ตอนที่ 1) 1) พระเจ้าชุมพู่ อาราธนาพระหั่วอยู่ดกลางขึ้นเมื่อเป็นเจ้าวัดมน 2) ขณะนั้น พระหั่วอยู่ดกลาง กำลังสร้างวัดแห่งหนึ่ง ยังไม่ทันแล้ว 3) พระเจ้าชุมพู่ โปรดให้ชายเมื่อตี มาสร้างแทนพระหั่วอยู่ดกลาง จึงสำเร็จ (ตอนที่ 2) 4) ผู้เล่าเรื่อง (ชายเมื่อตี) เมื่อไหว้มหาสามีเจ้ามน (ตำแหน่ง

ของพระหัตถ์อยู่วัดกลางขณะนั้น) 5) ผู้เล่าเรื่อง ถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพุ และถวายนาแด่วัด (ที่สร้างใหม่? และจารึกหลัก อาจสร้างขึ้นที่วัดนั้น) หากเรื่องเป็นแนวทางนี้ ผลคือ เรื่องนี้อาจเป็นการเล่าเรื่องย้อนหลัง ซึ่งอาจหลังจากที่พระเจ้าชุมพุสิ้นพระชนม์แล้ว แต่ก็คงเป็นเหตุการณ์หลังการสิ้นพระชนม์ไม่นานนัก อาจเป็นปีที่สร้างจารึกนี้ พิจารณาได้จากการที่ผู้เล่าต้องการเล่าเรื่องของวัดที่สร้างใหม่ แต่นามวัดยังไม่ได้ตั้ง อนึ่ง การที่จารึกขึ้นต้นด้วยความว่า “พระหัตถ์อยู่วัดกลาง มาสร้างวัดลูกนี้บ่ทันแล้ว” คำว่าวัดลูกนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้จารึก หรือผู้เล่าเรื่อง มีความเกี่ยวข้องกับวัดที่สร้างใหม่ และวัดดังกล่าวอาจอยู่ไกลจากเมืองหลวงพระบาง ราชธานีของล้านช้างในขณะนั้น สันนิษฐานว่าอาจเป็นวัดในเมืองसानะคาม สถานที่พบจารึกนั่นเอง

อนึ่ง เนื่องจากข้อความขึ้นต้นจารึก เป็นการกล่าวถึงนามตำแหน่งของพระหัตถ์วัดกลาง พระหัตถ์วัดกลาง จึงมีฐานะเป็นประธานของเรื่องได้ ฉะนั้นตามข้อสันนิษฐานในแนวทางนี้ อาจเป็นการเล่าเรื่องพระหัตถ์วัดกลางโดยชายเมือตักก็ได้ หากเป็นไปตามข้อสันนิษฐานนี้ ผู้ที่มีคำสั่งให้ชายเมือตมาสร้างวัดต่อ ก็อาจเป็นพระหัตถ์วัดกลาง เมื่อชายเมือตสร้างวัดเสร็จจึงได้มาไหว้พระหัตถ์วัดกลาง (มหาสามี) ที่วัดมโน พระมหาสามีถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพุ

แนวทางที่สอง ตีความว่า เรื่องทั้งหมดนี้ เป็นเรื่องการทำกุศลกิจกรรมของพระเจ้าชุมพุ และศิลาจารึกหลักนี้ก็กระทำตามพระบรมราชโองการของพระองค์ โดยผู้เล่าอาจมีฐานะเป็นคนรับใช้ใกล้ชิดพระเจ้าชุมพุ พิจารณาได้จากประโยคที่ว่า “พระเจ้าชุมพุให้มาราทุณาขึ้นเมื่อเป็นเจ้าวัดมโน” คำว่า “ให้มา” แสดงให้เห็นถึงบุคคลอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งได้รับคำสั่งจากพระเจ้าชุมพุให้มาราทุนาพระหัตถ์วัดกลางที่กำลังสร้างวัดอยู่ที่เมืองसानะคาม และให้ชายเมือตมาสร้างวัดที่พระหัตถ์วัดกลางสร้างไว้ยังไม่ทันแล้ว บุคคลผู้นี้เอง อาจเป็นผู้เล่าเรื่องราวทั้งหมดในจารึกหลักนี้ และการกล่าวโดยละประธานของประโยคเช่นนี้ เป็นไปได้ว่า ผู้เล่าได้อาศัยบริบทของเหตุการณ์ที่อยู่ในภาวะของความเป็นปัจจุบันกาล

ในการขยายความ จึงไม่จำเป็นต้องกล่าวถึงประธานหรือกรรมของประโยค ผู้อ่านก็สามารถทราบได้เองว่าหมายถึงใคร และหากเป็นไปในแนวทางนี้ เรื่องทั้งหมดก็อาจดำเนินเรื่องได้ดังนี้ (ตอนที่ 1) 1) พระเจ้าชุมพู ให้ผู้เล่าเรื่องมาอาราธนาพระหัตถ์กลางซึ่งขณะนั้นกำลังสร้างวัดอยู่ที่เมืองसानะคาม ขึ้นเมื่อเป็นเจ้าวัดมโน 2) วัดที่พระหัตถ์กลางกำลังสร้างจึงไม่เสร็จ 3) พระเจ้าชุมพูโปรดให้ชายเมื่อดี มาสร้างแทนพระหัตถ์กลาง จึงสำเร็จ (ตอนที่ 2) 4) พระเจ้าชุมพู เมื่อให้พระมหาสามมีเจ้าวัดมโน (ตำแหน่งของพระหัตถ์กลางขณะนั้น) 5) พระมหาสามมีเจ้าวัดมโน ถวายนาบุญแด่พระเจ้าชุมพู 6) พระเจ้าชุมพูถวายนาแด่วัด (สร้างใหม่? และสถานที่ที่พระเจ้าชุมพูมาไหว้พระมหาสามมี ก็คงเป็นที่วัดสร้างใหม่แห่งนี้ จารึกหลักนี้จึงสร้างขึ้น ณ วัดสร้างใหม่ ในโอกาสที่พระเจ้าชุมพูเมื่อให้พระมหาสามมีนั่นเอง สันนิษฐานโดยอาศัยคำว่า “นี้” ในประโยคที่ว่า “พระหัตถ์อยู่วัดกลางมาสร้างวัดลูกนี้บ่ทันแล้ว” และการใช้คำว่า วัดลูกนี้ โดยไม่ปรากฏนามของวัด ก็อาจจะเป็นเพราะเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นหลังจากวัดเพิ่งสร้างเสร็จใหม่ ๆ) แนวทางที่สองนี้จะจะเป็นไปได้มากกว่า โดยจุดประสงค์ต้องการเล่าเรื่องของวัด และกุศลกิจกรรมของพระเจ้าชุมพูที่ทรงอุปถัมภ์คำชู้วัดดังกล่าว ในตอนที่ 1 เป็นการเล่าถึงอดีตที่เป็นปัจจัยเหตุที่วัดยังสร้างไม่สำเร็จ ส่วนตอนที่สอง เป็นเรื่องปัจจุบันกาล เล่าตอนที่วัดสร้างเสร็จแล้ว การถวายนาบุญแก่พระองค์ก็สืบเนื่องจากพระองค์มีบทบาทสำคัญในการอุปถัมภ์คำชู้พุทธศาสนา โดยเฉพาะการสร้างวัดแห่งนี้ เหตุการณ์ในลักษณะนี้อาจเทียบเคียงได้กับข้อความในศิลาจารึกวัดศรีเมือง (จังหวัดหนองคาย) ของพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ที่กล่าวถึงใน พ.ศ. 2109 พระเจ้าไชยเชษฐาธิราช (พ.ศ. 2093-2115) ทรงโปรดเกล้าให้เสนาอำมาตย์สร้างวัดศรีสุพรรณ และทำจารึกได้บันทึกไว้ว่า “...อุบาสกเจ้าพระยาสิทธิธรรมราชศรีสิทธินายก พระยาธรรมาพลมหามนตรี พระยาพลเคิกซ้าย พระยา (นับล้าน) พร้อมกันถวายนาบุญแด่สมเด็จพะเป็นเจ้า (พระเจ้าไชยเชษฐาธิราช) สมเด็จพะเป็นเจ้าให้เจ้าพระยาสิทธิธรรมราชศรีสิทธิ

นายก พระยาธรรมาพลมหานรินทร์แลมหาสังฆราชเจ้าโพธิารามเจ้าเป็นประธาน
ยอพระราชอาญาใส่ (ในสุพรรณ) ป (ตร ไร่ตราบต่อเท่า) 5 พันวสา เจ้า
บ้านเจ้าเมืองผู้ใดก็ดี อย่าให้บอกเรียกบ้านเรียกเมืองแก่เขา...” (รัชช ปุณโณทก,
2530)

หากเชื่อว่าเรื่องราวทั้งหมดนี้ เกิดขึ้นในขณะที่พระเจ้าชุมพูปกครอง
ล้านช้างอยู่ ปัญหาสำคัญที่ตามมาคือความไม่สอดคล้องของเนื้อหาในจารึกกับ
เอกสารชั้นรองอย่างพงศาวดาร ซึ่งเรื่องราวของพระองค์ถูกบันทึกไว้ในพงศาวดาร
หลายฉบับ ดังนี้

พงศาวดารล้านช้าง (ตามถ้อยคำในฉบับเดิม) (2506) บันทึกว่า “ศักราช
ได้ 858 ตัวหันแล (ปีจุลศักราช ตรงกับ พ.ศ. 2039) ครั้งนั้นท้าวชุมพูปกครอง
ลำน่านแสนไทยไตรภูวนารถเกิดมาปีปีกสันได้ 9 ปี เขาเล่าเอาตั้งเป็นพระยา
แทนพ่อได้ 5 ขวบ เขาเลยปลงเสียในปีสงแล (ปีไทยโบราณ ตรงกับ พ.ศ. 2044)
อายุทั้งมวลได้ 15 ปี เลยตายปีเต่าเส็ด (ปีไทยโบราณ ตรงกับ พ.ศ. 2045) หัน
แล” ข้อความในพงศาวดารล้านช้างฉบับนี้ ตรงกับ ขุนบุญม ผูกสอง เอกสาร
ตัวเขียนในหอสมุดแห่งชาติลาว ที่บันทึกว่า “ พระหล้าแสนโกเสียวราชได้
10 ปี อายุได้ 33 ปี คืออันจกานไปในโรงเชียงทองพัน แต่ปรัยสี่ สังกาด
ได้ 88 (ที่ถูกควรเป็น 858 ตรงกับ พ.ศ. 2039) ตัวปีนั้นแล ถัดนั้นมาแมนท้าว
ชุมพูปกครองหล้าแสนโก เกิดมาปีเปกสัน อายุได้ 9 ปี เขาตั้งตั้งเป็นพระยา
น่านได้ 5 ปี เขาตั้งปลงเสียในรวงไร่ (พ.ศ.2044)” (ขุนบุญม ผูก 2 หน้าลาน
ที่ 17-19 (ภาพที่ 4-5)) ซึ่งเป็นไปได้ว่าน่าจะคัดลอกมาจากแหล่งเดียวกัน
พงศาวดารเมืองหลวงพระบาง ฉบับศาลาลูกขุน (2506) บันทึกว่า “ศักราช
853 (ปีจุลศักราช ตรงกับ พ.ศ. 2034) ปีกุนตริศก ท้าวชุมพูปกครองพระยาลำน่าน
ได้เป็นเจ้าเมือง 5 ปี ไม่มีบุตร อายุได้ 15 ปี ถึงแก่กรรม”

พงศาวดารเมืองหลวงพระบาง (2507) บันทึกว่า “ลุตศักราช 865
(พ.ศ. 2046) ปีกุนเบญจศก สมณพราหมณาจารย์เสนาพฤตมาตย์จึงอัญเชิญ



เอาท้าวชมภูราชกุมารผู้เป็นพระราชโอรสของพระยาหล้าน้ำแสนไทครองราชสมบัติในกรุงศรีสัตนาคนหุตได้ 4 ปี (พ.ศ. 2050) พระชนม์ได้ 14 ก็ถึงแก่พิราลัย”

ขุนบรมราชาทิดราช เอกสารโบราณจากหอสมุดแห่งชาติลาว ปรากฏความในตอนท้ายว่าชำระในสมัยพระไชยเชษฐาที่ 2 (พ.ศ. 2243-2278) บันทึกว่า “พระเจ้าตนหล้าบรรวรแล้วทั้งหลายจึงเอาลูกพระเจ้าหล้าผู้ 1 ชื่อพระเจ้าชุมพูนั่นมีอายุได้ 25 เสียตาก้า 1 เจ้านั้นมีรูปโฉมอันงามนักแล เจ้าเสวยราชแทนพ่อได้ 3 ปี ลวดตาย จึงเอามาเผาเสียที่หน้าวัดบวมพามั่นแล จึงให้พ่อเลี้ยงผู้ 1 ชื่อว่า หมื่นหนา ส้างเจดีย์ลูก 1 ที่เผาหั้น จึงใส่ชื่อว่าเจดีย์หมื่นหนาเพื่อตั้งนั้นแล กระดุกพระชุมพู่ เจ้าจวนางแทนผู้เป็นแม่เอาใส่อุบคำ 2 ลูก มาใส่วัดสบที่ห้วยหลวงหั้น จึงใส่กองซ้อย 2 ร้อย ให้เขารักสาจึงใส่ชื่อว่าวัดสบพระยาปากทั้งพระชุมพู่หั้นแล อุบคำลูก 1 เอาไปสร้างวัดปากช่วยดอมกองซ้อยหั้น ให้เขารักสากับดุกพระชุมพู่หั้นแล” (ขุนบรมราชาทิดราช ผูก 2 หน้าลานที่ 18-24) ข้อความในเอกสารนี้ตรงกับ นิทานเรื่องขุนบรมราชา พิมพ์อยู่ในประชุมพงศาวดาร ภาคที่ 70 (2512) เข้าใจว่าน่าจะคัดลอกมาจากแหล่งเดียวกัน อนึ่งนิทานเรื่องขุนบรมราชานี้ เชื่อกันว่าแต่งขึ้นในสมัยพระเจ้าวิสุลราช (มาร์ติน สจ๊วต ฟอกซ์, 2556) กษัตริย์ที่ขึ้นปกครองล้านช้างสืบต่อจากพระเจ้าชุมพู่

พงศาวดารล้านช้าง ฉบับกระทรวงศึกษาธิการลาว รวบรวมโดย มหาสีลา วีรวงศ์ ได้บันทึกถึงเหตุการณ์ในสมัยพระเจ้าชุมพู่ว่า “พระยาหล้าแสนไตรเสวยราชย์ได้ 10 ปี ก็เสด็จสวรรคตเมื่อ ค.ศ. 1495 (พ.ศ. 2038) พระองค์มีพระโอรสองค์หนึ่งนามว่า เจ้าชุมพู่ ขณะที่พระราชบิดาเสด็จสวรรคต เจ้าชุมพู่มีพระชนมายุได้ 7 พรรษา เจ้าวิสุลราชผู้เป็นอาว์ จึงเป็นผู้รักษาราชการแผ่นดินตลอดเวลา 2 ปี ในขณะที่เจ้าวิสุลราชรักษาราชการแผ่นดินอยู่นี้ พระองค์ได้ทรงสร้างวัดบุพพารามขึ้น เพื่อคร่อมอัฐิธาตุของพระยาหล้าแสนไตร และได้กระทำ

พิธีเถรภิเษกพระสุเมธอาจารย์ขึ้นเป็นพระสังฆเสนา และอาราธนาให้มาอยู่วัด
บุพพาราม แล้วได้ทรงตั้งอาจารย์จุลลาให้เป็นครูสอนหนังสือแก่ภิกษุสามเณรทั้ง
หลาย ได้พระราชทานเงินเดือนให้เดือนละ 6 ร้อย (600 กีบ) กับข้าวเปลือกปีละ
6 แส่น (เท่ากับ 60 ถัง) ทั้งเครื่องอุปโภคและบริโภคอื่นอีกเป็นอันมาก ปี
ค.ศ. 1497 (พ.ศ. 2040) เสนาอำมาตย์ทั้งหลายจึงพร้อมกันอภิเษกเจ้าชุมพูขึ้น
เป็นพระเจ้าแผ่นดิน เวลานั้นเจ้าชุมพูมีพระชนมายุเพียง 9 พรรษา เจ้าวิจุล
ราชเป็นแสนเมือง เจ้าชุมพูเสวยราชย์อยู่ได้ 3 ปีก็เสด็จสวรรคต” (สิลา วีระวงส์,
2539)

จากหลักฐานประณพพงศาวดารที่ยกมานี้ จะเห็นว่าเรื่องราวของพระเจ้าชุมพู
ที่ถูกบันทึกในพงศาวดารแต่ละฉบับ ข้อมูลไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งปีศักราชที่
ขึ้นเสวยราชย์ ช่วงระยะเวลาที่ครองราชย์สมบัติอยู่ และปัจจัยเหตุของการสิ้น
รัชกาล อีกทั้งข้อมูลก็ไม่สอดคล้องกับข้อมูลที่ปรากฏในจารึกพระเจ้าชุมพูหลาย
ประเด็น คือ

ประเด็นเรื่องศักราชสิ้นรัชกาลของพระเจ้าชุมพูที่บันทึกในพงศาวดาร
ขัดแย้งกับข้อมูลที่บันทึกในศิลาจารึก ซึ่งระบุชัดเจนว่าในปีศักราช 872 (พ.ศ. 2053)
พระเจ้าชุมพูยังมีพระชนม์ชีพอยู่ ซึ่งคลาดเคลื่อนจากศักราชที่บันทึกในพงศาวดาร
หลายปี เกี่ยวกับศักราชสิ้นรัชกาลของพระเจ้าชุมพูนี้มีประเด็นที่น่าสังเกตประการ
หนึ่ง คือ หลักฐานที่ปรากฏในพงศาวดารเมืองหลวงพระบาง (2507) ที่ระบุว่า
พระเจ้าชุมพูขึ้นเสวยราช พ.ศ. 2046 ครองราชย์อยู่ 4 ปี (พ.ศ. 2050)
พระชนม์ได้ 14 ก็สิ้นพระชนม์ ถึงปี พ.ศ. 2060 ท้าวภูไก ได้ขึ้นเสวยราช มี
พระนามว่า พระยาวิฑูณราชธิปติ จากข้อความดังกล่าวนี้ จะเห็นว่า ช่วงเวลา
หลังการสิ้นพระชนม์ของพระเจ้าชุมพู (พ.ศ. 2050) ถึงปีขึ้นเสวยราชย์ของท้าว
ภูไก (พ.ศ. 2060) มีช่วงเวลาที่หายไปถึง 10 ปี คำถามคือ ช่วงเวลาที่หายไป
นี้เกิดจากความผิดพลาดในการบันทึกหรือไม่ หรือเป็นความจงใจของผู้บันทึก
พงศาวดารที่จะไม่กล่าวถึง อนึ่งหากเชื่อตามพงศาวดารส่วนใหญ่ที่บันทึกว่า พระเจ้า

ชุมพุล้นพระชนม์ พ.ศ. 2044 พระเจ้าวิซูลขึ้นเสวยราชย์ต่อมา จนถึง พ.ศ. 2063 ล้นพระชนม์ พระเจ้าโพธิสาลราช ขึ้นเสวยราชย์ต่อมา จนถึงปี 2093 ก็สิ้นพระชนม์ จะเห็นว่า 2 รัชกาลหลังจากพระเจ้าชุมพุ กินเวลายาวนานถึง 50 ปี ซึ่งยาวนาน ผิดปกติ จุดสังเกตเหล่านี้ เห็นว่าน่าจะต้องมีการทบทวนช่วงเวลาการขึ้นครองราชย์ของพระเจ้าชุมพุที่ปรากฏในพงศาวดารล้านช้างทุกฉบับเสียใหม่

ประเด็นต่อมา ภาพของพระองค์ที่ปรากฏในพงศาวดาร ที่ระบุว่าพระองค์เป็นเพียงกษัตริย์ผู้เยาว์เสวยราชย์ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ดูขัดแย้งกับลักษณะที่ถูกเล่าในจารึก แม้จารึกจะให้ข้อมูลไม่มาก แต่น้ำเสียงของผู้เล่า ก็ทำให้เห็นภาพของกษัตริย์ผู้มีวิญญู การทำกุศลกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสถาปนาพระมหาสามีเจ้า การสร้างวัด การอุทิศที่ดินแก่วัด แสดงให้เห็นถึงวิญญูของพระองค์ว่ามีกษัตริย์ผู้เยาว์ นอกจากนี้ในจารึกวัดมณีโคตร จังหวัดหนองคาย ประเทศไทย สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2144 จารึกดังกล่าวมีเนื้อความ 2 ด้าน ด้านแรกกล่าวถึงพระราชโองการของสมเด็จพระโพธิ์วรวงศา อุทิศที่ดินแก่วัดที่เมืองปากห้วยหลวง และกล่าวถึงพระนามสมเด็จพระสังฆราช วัดกลางจันทบุรี ส่วนด้านที่ 2 เนื้อความกล่าวย้อนหลัง ปรากฏความตอนหนึ่งกล่าวถึงพระเจ้าชุมพุว่า “...หลวงเขตแดนไร่นาทั้งมวลไว้.. พระเจ้าชุมพุ แลพระเจ้าตน (หล้าได้ให้) ทานสืบต่อมาเท่าเช่นพระองค์บพิตร.. พระราชศรัทธา ให้เจ้าพระยาสุรมนตรีสร้างแปงแถม” (ธวัช ปุณโณทก, 2530) การที่กษัตริย์ล้านช้างรุ่นหลังกล่าวถึงพระเจ้าชุมพุเคยมาทำกุศลกิจกรรมกับวัดในเมืองปากห้วยหลวงนี้ เป็นไปได้หรือไม่ว่า ก่อนที่พระองค์จะขึ้นเสวยราชย์ปกครองเมืองหลวงพระบาง พระองค์เคยปกครองเมืองปากห้วยหลวงมาก่อน กุศลกิจกรรมของพระองค์ที่บันทึกไว้ในจารึกวัดมณีโคตรนี้ พระองค์น่าจะได้กระทำไว้เมื่อครั้งยังปกครองเมืองปากห้วยหลวงอยู่ อนึ่ง พระห้วยู่วัดกลาง ที่ปรากฏในจารึกของพระองค์ วัดกลางในที่นี้ก็น่าจะหมายถึง วัดกลางจันทบุรี และการที่พระองค์รณนาพระหัว จากวัดกลาง เวียงจันทน์ ไปเป็นมหาสามีมืดมนโรรมย์ แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาของพระเจ้าชุมพุต่อพระห้วยู่วัดกลาง เมื่อครั้งยังอยู่เมือง

ปากห้วยหลวง และการที่โปรดให้ชายเมือติ ซึ่งน่าจะเป็นขุนนางสำคัญในเมืองปากห้วยหลวง โดยพิจารณาจากคำว่า “ชาย” อันเป็นตำแหน่งนาม ที่ปรากฏนำหน้าชื่อของขุนนางที่ปกครองเมืองปากห้วยหลวงหลายท่าน เช่น ชายม่วย เป็นต้น นั้นจึงเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพระเจ้าชุมพู่กับเมืองห้วยหลวงเด่นชัดมากขึ้น การที่พระองค์ได้รับการแต่งตั้งให้มาปกครองเมืองปากห้วยหลวง ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ที่มีความสำคัญในการควบคุมกำลังพลและทรัพยากรดินแดนทางใต้ของอาณาจักรล้านช้าง พระองค์ต้องมีวิญญูติและความสามารถมากพอที่จะปกครองเมืองสำคัญแห่งนี้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับนิทานเรื่องขุนบรมราชา (2512) ที่บันทึกถึงพระองค์ว่า เป็นกษัตริย์หนุ่มมีพระชนมายุ 25 พรรษา และ “เสียตาก้า 1 เจ้านั้นมีรูปโฉมอันงามนักแล” และการที่พระองค์เคยปกครองเมืองปากห้วยหลวงนี้ เมื่อพระองค์สิ้นพระชนม์ กระจกของพระองค์ “เจ้าจวนางแทนผู้เป็นแม่เอาใส่อุบคำ 2 ลูก มาใส่วัดสบที่ห้วยหลวงนั้น” (นิทานเรื่องขุนบรมราชา, 2512)

4. วิเคราะห์รูปอักษร

อักษรที่ใช้ในการบันทึกจารึกพระเจ้าชุมพู่ เป็นอักษรในกลุ่มสกุลอักษรไทย ที่เรียกกันว่า อักษรไทยน้อย หรืออักษรลาวเดิม จากการศึกษาของธวัช ปุณโณทก (2530) พบว่า อักษรดังกล่าวมีพัฒนาการสองระยะ คือ ระยะแรกได้รับอิทธิพลจากอักษรไทยสุโขทัยสมัยพระยาสิทธิไทย ที่แพร่อิทธิพลขึ้นไปพร้อมกับการเผยแผ่พุทธศาสนาของพระสุวณณศิริเถระ ตัวอย่างอักษรในระยะแรกที่ธวัช ปุณโณทกอ้างถึง คือ จารึกผนังถ้ำนางอัน และระยะที่สอง ได้รับอิทธิพลจากอักษรไทยฝักขามของล้านนา ที่เข้ามาพร้อมกับการรับพุทธศาสนาแบบล้านนาในสมัยของพระเจ้าวิสุทธาราช และพระเจ้าโพธิสาลราช หลักฐานอักษรในระยะนี้ คือ จารึกวัดแดนเมือง 1 (พ.ศ. 2073) และจารึกวัดแดนเมือง 2 (พ.ศ. 2078)

อย่างไรก็ตาม ในแวดวงวิชาการด้านอักษรไทยน้อยศึกษาที่ผ่านมา แม้จะพบ

หลักฐานจารึกจำนวนมาก แต่หลักฐานที่พบทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง ครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 21 ลงมา ทำให้วงการศึกษอักขรไทยน้อยจำกัด ขอบเขตอยู่เฉพาะพัฒนาการในช่วงระยะที่สองเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้หลักฐานรูปอักษรจากจารึกวัดแดนเมือง 1 และจารึกวัดแดนเมือง 2 เป็นจุดเริ่มต้น ในการอธิบายถึงรูปแบบและการคลี่คลายของอักษรไทยน้อย หากแต่ยังขาดงาน วิชาการที่อธิบายถึงอักษรไทยในล้านช้างในช่วงระยะแรกและการคลี่คลายสู่ ระยะที่สอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่ผ่านมา พบหลักฐานอักษรไทยในระยะแรก น้อยมาก พบเพียงหลักเดียวคือ จารึกถ้ำนางอัน หลวงพระบาง ซึ่งเป็นจารึก ข้อความสั้น ๆ ไม่กี่อักษร อีกทั้งไม่ปรากฏปีศักราชที่จารึก จึงเป็นการยากที่จะ ด่วนสรุปถึงอายุของจารึกดังกล่าว

ฉะนั้น การค้นพบศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่ ซึ่งระบุปีศักราชชัดเจน คือ ศักราช 872 หรือตรงกับ พ.ศ. 2053 จึงนับมีความสำคัญต่อการศึกษาอักขร วิทยาอักษรไทยน้อยในยุคแรกเริ่มอย่างมาก นอกจากศิลาจารึกพระเจ้าชุมพู่แล้ว ใน การศึกษาครั้งนี้ ได้นำข้อมูลจากจารึกอีก 2 หลัก มาร่วมศึกษาด้วย หลักแรก เป็นศิลาจารึกที่พบโดยสถาบันค้นคว้าพากตาเนนออกโกฟรัง (EFEO) ณ บริเวณ พระธาตุศรีโคตรบูรณ แขวงคำม่วน สปป.ลาว ในที่นี้จะเรียกชื่อว่า จารึกพระ ธาตุศรีโคตรบูรณตามชื่อสถานที่พบ จารึกดังกล่าวแม้อยู่ในสภาพชำรุด ตัว อักษรลบเลือนหลายแห่ง สามารถอ่านเนื้อความได้บางส่วน แต่ปีศักราชที่จารึก ยังปรากฏตัวเลขชัดเจน คือปีจุลศักราช 856 หรือตรงกับ พ.ศ.2037 หลักที่ 2 คือ จารึกวัดหลวง อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย ปรากฏตัวอักษร จำนวน 2 ด้าน เดิมตัวจารึกตั้งแปะติดกับแท่นพระเจ้าองค์หลวง พระพุทธ ประธานในอุโบสถ ในการศึกษาครั้งแรกโดย ธวัช ปุณณทก เมื่อ พ.ศ. 2530 จึงอ่าน-แปลไว้เพียงด้านเดียว ต่อมา พ.ศ. 2559 ทางวัดได้ย้ายตัวจารึกจากแท่น พระเจ้าองค์หลวง มาตั้งด้านหน้าของฐานชุกชี เพื่อให้ผู้สนใจสามารถศึกษา จารึกได้สะดวก กรรมการ วิมลเกษม แห่งภาควิชาจารึกศึกษา มหาวิทยาลัย

ศิลปากร ได้อ่านและถอดความใหม่ ครึ่งนี้สามารถอ่านได้ทั้ง 2 ด้าน ที่สำคัญ คือ ในการอ่านครั้งหลังนี้ สามารถอ่านศักราชได้ เป็นปี 776 หรือตรงกับ พ.ศ. 1957 ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อความจารึกที่บันทึกว่า ในปีศักราชดังกล่าว สมเด็จพระยาแสน (พระยาสามแสนไท) พระยาปากเจ้า (ท้าวคำเต็ม เจ้าเมืองปากห้วยหลวงจันทบุรี?) ได้กระทำการหยาดน้ำอุทิศ “ไรร่นาแลดินดานกับบ้านเพาได้ประดิษฐานให้เป็นทานแก่พระศรีรัตนตรัย” และสาปแช่งผู้ที่จะเข้ามาช่วงชิงเอาที่ดินนี้ นามของสมเด็จพระยาแสน ในที่นี้คือพระเจ้าสามแสนไทไตรภูวนาโอรสของพระเจ้าฟ้าจุ่ม ซึ่งได้ขึ้นเสวยราชย์ปกครองล้านช้างต่อจากพระราชนิบิดา ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 1916-1959 แต่ศักราชดังกล่าว ก็ยังไม่ใช่ปีที่สร้างจารึกหลักนี้ ต้องหลังจากนั้นอีก 35 ปี ดังข้อความที่ปรากฏในบรรทัดต่อมาว่า “อันคำสมเด็จพระยาแสนกล่าวแลเป็นด้วยนานแต่นั้นมาถึงที่นี่ได้สามสิบ 5 เข้า” สมเด็จพระเจ้าพระยาไชยมหาราชได้เป็นเจ้าในเมืองเชียงทอง และมากระทำอุทิศที่ดินไรร่นาที่ดินดินดานและบ้านเพาแก่พระศรีรัตนตรัย ดังเช่นที่สมเด็จพระยาแสนผู้เป็นพระราชบิดาเคยทำไว้ จากเนื้อหาที่ปรากฏนี้ทำให้ระบุปีที่สร้างจารึกหลักนี้ได้ว่า สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1992 คือหลังจากปี พ.ศ. 1957 35 ปี อันเป็นปีแรกแห่งการขึ้นเสวยราชย์ของพระเจ้าไชยจักรพรรดิแผ่นแผ้ว ที่ในจารึกเรียกว่า สมเด็จพระเจ้าพระยาไชยมหาราช และหากศักราชนี้ถูกต้อง จารึกวัดหลวงจะเป็นจารึกอักษรไทยที่ปรากฏศักราชเก่าที่สุดเท่าที่พบในล้านช้างขณะนี้ และเพื่อให้เห็นภาพพัฒนาการและการคลี่คลายของอักษรไทยน้อยในระยะแรกได้ชัดเจนขึ้น ในบทความนี้จึงขอนำข้อมูลจากศิลาจารึกวัดหลวง พ.ศ. 1992 และศิลาจารึกพระธาตุศรีโคตรบูรณ์ พ.ศ. 2037 มากล่าวถึงไว้ในที่นี้ด้วย

4.1 ศิลาจารึกวัดหลวง อธิพลอักษรไทยสุโขทัยในล้านช้าง

หลักฐานอักษรไทยที่ปรากฏในแผ่นดินล้านช้างที่เชื่อกันว่ามีอายุเก่าที่สุด ปรากฏอยู่บนผนังถ้ำนางอัน มีลักษณะเป็นลายแต้มเขียนสีความว่า “พพญาพระตะปะใส่ว พระโหมะโล่หนี” (พ่อพระยา พระตะปะใส่ว พระโหมะโล่หนี)

รูปแบบและอักขรวิธีอักษรที่ถ้านางอันนี้ ธวัช ปุณโณทก (2530) เห็นว่ามีลักษณะเดียวกับอักษรไทยสมัยพระยาสิทธิแห่งสุโขทัย จารึกดังกล่าว แม้เป็นจารึกข้อความสั้น ๆ ปรากฏรูปอักษรไม่ก้อักษร และไม่ปรากฏศักราช แต่สันฐานอักษรก็แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอักษรไทยสุโขทัยและอักษรไทยในล้านช้างในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 19 และเมื่อมีการพบหลักฐานใหม่คือ ศิลาจารึกวัดหลวง อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย ประเทศไทย ก็เป็นเครื่องยืนยันถึงความสัมพันธ์ของอักษรทั้งสองอาณาจักรให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

จารึกวัดหลวง นับเป็นเอกสารเพียงชิ้นเดียวเท่าที่พบในปัจจุบัน ที่บันทึกเหตุการณ์ในช่วงต้นของประวัติศาสตร์ล้านช้าง โดยปรากฏพระนามกษัตริย์ที่สำคัญ 2 พระองค์ คือ พระยาสามแสนไท หรือท้าวอุ่นเรือน ไอรสของพระยาฟ้าจุ่ม ซึ่งในจารึกเรียกว่า สมเด็จพระยาแสน ขึ้นเสวยราชแทนพระราชาบิดาเมื่อ พ.ศ. 1916 และพระยาไชยจักรพรรดิแผ่นแผ้ว ในจารึก เรียกว่า พระยาไชยมหาราช ไอรสของพระเจ้าสามแสนไท พระองค์ได้ขึ้นเสวยราชย์ปกครองเมืองเชียงตุงเชียงทอง เมื่อ พ.ศ. 1992 อันเป็นปีที่มีการสร้างจารึกหลักนี้นั่นเอง ในประเด็นด้านอักษรวิทยา จารึกวัดหลวงนับเป็นเอกสารสำคัญ ในการศึกษาอักษรไทยล้านช้างในยุคแรกเริ่ม ทั้งนี้เพราะเป็นจารึกขนาดยาว มีอักษรมากพอในการศึกษารูปแบบและอักขรวิธีได้ และที่สำคัญสามารถกำหนดอายุได้แน่ชัด ซึ่งจากการศึกษารูปอักษรที่ปรากฏในจารึกโดยเปรียบเทียบกับอักษรไทยสุโขทัย อักษรฝักขามของล้านนา พบว่ารูปสัณฐานตัวอักษรบนจารึกวัดหลวงมีส่วนละม้ายไปทางอักษรไทยสุโขทัยมากกว่าอักษรไทยฝักขาม และเมื่อพิจารณาถึงอักขรวิธีก็ยิ่งเห็นเด่นชัด อักขรวิธีที่ปรากฏในจารึกวัดหลวง มีลักษณะเช่นเดียวกับอักขรวิธีที่ปรากฏในจารึกอักษรไทยสุโขทัยสมัยพระยาสิทธิไทยอย่างมาก เทียบได้กับจารึกวัดป่ามะม่วง สุโขทัย กล่าวคือ ไม่ปรากฏการใช้อักษรตัวเชิงในการเขียนตัวตามตัวสะกด และในการเขียนสระ /เอีย/ ที่ไม่มีตัวสะกด ยังใช้สระ /อี/ กำกับอยู่บนพยัญชนะต้นเช่นเดียวกับอักษรไทยสุโขทัยสมัยลิไทย ซึ่งลักษณะเช่นนี้

จะไม่ปรากฏในจารึกอักษรฝักขาม หรือแม้แต่อักษรไทยน้อยที่พบในล้านช้าง เวลาต่อมา ดังจะเห็นได้จากในคำว่า “เสีย” ในจารึกวัดแดนเมือง 2 (พ.ศ. 2078) ใช้ไม้ขีดกำกับเสีย /เอีย/ แทนสระ /อี/ แล้ว นอกจากนี้ สันฐาน ตัวเลขที่ปรากฏในจารึกวัดหลวง คือ เลข 7 และ 6 มีสันฐานคล้ายกับที่ปรากฏในจารึกวัดป่ามะม่วง ภาษาเขมร (พ.ศ.1904) ซึ่งลักษณะเช่นนี้ ไม่พบในจารึกอักษรไทยน้อยในยุคต่อมา

จากลักษณะอักษรที่ปรากฏในจารึกวัดหลวง เป็นหลักฐานที่ยืนยันในข้อสันนิษฐานของธวัช ปุณโณทก (2530) ที่เห็นว่าระบบการเขียนของล้านช้างในระยะแรก ได้รับอิทธิพลจากสุโขทัย ในสมัยพระยาสิทธิไทย ซึ่งสอดคล้องกับหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสุโขทัยและล้านช้างมาตั้งแต่สมัยพระยาสิทธิไทยเป็นอย่างน้อย ดังปรากฏหลักฐานในจารึกหลัก 8 ว่า “...เบื้องตะวันออก...ถึงของพระญาท้าวฟางอม” และสอดคล้องกับตำนานมูลศาสนาที่บันทึกว่าในพระยาสิทธิไทยได้ส่ง “เจ้าสุวณณคีรีเอาศาสนาไปประดิษฐานในเมืองชะวา คนทั้งหลายก็ให้ป็นมหาสวามีนั่นแล” การขยายอิทธิพลของพุทธศาสนาแบบสุโขทัยในอาณาจักรล้านช้างนี้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อักษรไทยสุโขทัยเข้ามามีอิทธิพลในล้านช้าง เพราะสิ่งที่ติดตัวมากับผู้เผยแพร่คือพระธรรมคำสอนที่ถูกบันทึกด้วยตัวอักษร ฉะนั้นในการเผยแผ่พุทธศาสนาสิ่งหนึ่งคือทำให้ผู้คนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงพระธรรมคำสอนได้ด้วยตนเอง การสอนให้คนในท้องถิ่นเข้าใจอักษรที่บันทึกพระธรรมคำสอน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น ดังนั้น เมื่อพุทธศาสนาแบบสุโขทัยเข้าสู่ล้านช้าง อักษรไทยจึงเข้าสู่ล้านช้างด้วยเช่นกัน

อักษรไทยสุโขทัย สมัยพระยาสิทธิไทย ที่ถูกนำเข้าไปใช้ในอาณาจักรล้านช้าง ถือได้ว่าเป็นการวางรากฐานระบบการเขียนให้กับภาษาลาวในล้านช้าง และรูปแบบอักษรดังกล่าวน่าจะใช้อยู่ในล้านช้างระยะหนึ่ง ก่อนจะคลี่คลายเปลี่ยนแปลงรูปแบบและอักษรวิธี จนมีลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของอักษรที่ใช้เขียนภาษาของชาวล้านช้างในเวลาต่อมา

4.2 ศิลาจารึกพระธาตุศรีโคตร อธิพิลอักษรฝักขามในล้านช้าง

จารึกพระธาตุศรีโคตรบูรณ ชื่อนี้กำหนดเรียกตามชื่อสถานที่ตั้งของจารึก คือ พระธาตุศรีโคตรบูรณ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน ประเทศ สปป.ลาว จารึกดังกล่าว ปรากฏศักราช 856 ตรงกับพ.ศ.2037 หรือหลังจากจารึก วัดหลวง 45 ปี และก่อนจารึกพระเจ้าชุมพุ 16 ปี อักษรที่ปรากฏในจารึก พระธาตุศรีโคตรนี้ แม้จะบันทึกด้วยอักษรไทย แต่รูปสัณฐานอักษรก็ต่างไปจาก อักษรไทยในจารึกวัดหลวงพอควร โดยเฉพาะอักษรวิธี พบรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏ ในจารึกวัดหลวง หรือจารึกสุโขทัยสมัยพระยาสิทธิไทย คือการนำอักษรเชิงของ อักษรธรรมมาใช้ในการเขียนอักษรตัวตาม เช่น /พระ/ ตัวพยัญชนะ /ร/ จะ ใช้พยัญชนะตัวเชิงของอักษรธรรมมาเขียนไว้ได้พยัญชนะ /พ/ รูปสัณฐานของ ร.เชิง เส้นจะโค้งปกหน้าพยัญชนะ /พ/ คล้าย ร.ระวง ของอักษรไทยฝักขาม ซึ่งตัว ร.เชิง อักษรไทยน้อยในยุคต่อ ๆ มานิยมเขียนเป็นเส้นสั้น ๆ วางไว้ได้ พยัญชนะตัวแรก ส่วนพยัญชนะต้นคู่ที่เป็นอักษรนำ คือ หน และ หม จะ เขียนโดยตัดเส้นหน้าของพยัญชนะตัวที่สอง (น, ม) แล้วนำเส้นล่างไปเชื่อมต่อกับเส้นหลังของพยัญชนะตัวแรก (ห) อักษรวิธีเช่นนี้พบในอักษรไทยฝักขามที่ นิยมกันอยู่ในอาณาจักรล้านนา อักษรวิธีที่ปรากฏในจารึกพระธาตุศรีโคตรนี้ อาจเทียบได้กับจารึกวิหารจันทาราม (พ.ศ. 2011) จารึกพอกคำพระเจ้าตน หลวง (พ.ศ. 2039) จารึกวัดปราสาท (พ.ศ. 2039) จังหวัดเชียงราย และจารึก วัดเมืองพง (วัดพระเกิด) พ.ศ.2043 จังหวัดน่าน ซึ่งมีอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน การพบรูปแบบอักษรวิธีของไทยฝักขามในอักษรไทยล้านช้างนี้ แสดงให้เห็นว่า ในช่วงต้นพุทธศตวรรษ 21 ระบบการเขียนแบบล้านนาได้เข้ามามีอิทธิพลต่อระบบ การเขียนของอาณาจักรล้านช้างบ้างแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับหลักฐานด้านประวัติศาสตร์ ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาณาจักรล้านนากับล้านช้างในลักษณะเกี่ยว ดองกันฉันเครือญาติว่า ในสมัยพระเจ้าสามแสนไทไตรภูวนาถ (พ.ศ. 1916-1951) (ตรงกับสมัยพระยาเกีอานา พ.ศ. 1910-1931 และพระยาแสนเมืองมา

พ.ศ. 1931-1954 แห่งล้านนา) “พระเจ้าแผ่นดินล้านนา ส่งพระธิดานามว่านางน้อยอ่อนสอ มาถวายพร้อมทั้งบริวารพันคน พระองค์สร้างปราสาทพระราชทานหลังหนึ่งชื่อว่าหอสูงเชียงกลาง ส่วนบริวารพันคนนั้นพระราชทานที่ให้อยู่ด้านหลังภูเขาแก้ว” (สีลา วีระวงศ์, 2539) พระนางน้อยอ่อนสอนี้ มีราชบุตรกับพระเจ้าสามแสนไท้ นามว่า ท้าวก้อน พระราชบิดาให้ไปครองเมืองเชียงสา การเข้ามาของกลุ่มคนจากล้านนาครั้งนี้ คงนำธรรมเนียมปฏิบัติจากล้านนามาเผยแพร่ในล้านช้างด้วย โดยเฉพาะธรรมเนียมด้านการเขียน อักษรธรรม และฝักขาม น่าจะเริ่มเข้ามาสู่ล้านช้างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตามอิทธิพลของอักษรฝักขามที่เข้ามาในล้านช้าง ชาวล้านช้าง คงจะเอาเฉพาะอักษรวิธีมาใช้เท่านั้น ส่วนสัณฐานอักษร คงใช้ตามรูปแบบของตอนที่พัฒนามาจากอักษรไทย สุโขทัยที่นิยมใช้ก่อนหน้านั้น ดังปรากฏหลักฐานในจารึกวัดพระธาตุศรีโคตร และอักษรวิธีนี้ได้ส่งทอดถึงจารึกของพระเจ้าชุมพูนีก 16 ปีต่อมา

4.3 ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพูนีก การคลี่คลายรูปสัณฐานและอักษรวิธีอักษรไทยล้านช้าง จากยุคแรกสู่ยุคที่สอง

ศิลปาจารึกพระเจ้าชุมพูนีก จารึกด้วยอักษรในสกุลอักษรไทยสุโขทัย ที่รูปสัณฐานคลี่คลายจากอักษรไทยสุโขทัยแล้ว จำนวนอักษรมีขนาดความยาว 15 บรรทัด ประกอบด้วยรูปอักษร 49 อักษร แบ่งเป็น พยัญชนะ 31 รูป สระ 15 รูป ตัวเลข 3 รูป และสัญลักษณ์แทนเสียงอีก 2 สัญลักษณ์ (ดูตารางที่ 1 และตารางที่ 2)

พยัญชนะ แบ่งได้เป็น รูปเต็ม หรืออักษรตัวเต็ม ใช้เขียนในกรณีทำหน้าที่เป็นพยัญชนะต้นหรือตัวสะกด 25 รูป คือ /ก/ /ข/ /ค/ /ฌ/ /ง/ /จ/ /ช/ /ญ/ /ด/ /ต/ /ถ/ /ท/ /น/ /บ/ /ป/ /ฝ/ /พ/ /ม/ /ย/ /ร/ /ล/ /ว/ /ส/ /ห/ /อ/ ตัวครึ่ง หรือพยัญชนะตัวเชิง 3 รูป คือ /ธ/ ใช้ในกรณีตัวตาม พบในคำ [ราทุธนา] /ร/ /ล/ ใช้ในกรณีคำควบกล้ำ พบในคำ [พระ] [กลาง] [หลัก] [หลวง] เป็นที่น่าสังเกตว่า ไม่ปรากฏการใช้ตัวครึ่งในกรณีนี้



เป็นตัวสะกด ซึ่งจะนิยมมากในเวลาต่อมา และพยัญชนะสังโยค อีก 3 รูป คือ /อย/ พบในคำว่า [อฺย] /हन/ พบในคำว่า [หนอง] [เหนื่อ] และ /หม/ พบในคำว่า [ไหม้] [เหมิง] (ดูตัวอย่างในตารางที่ 1)

รูปแบบสัทฐานอักษร แม้โดยรวมจะยังคงรักษารูปแบบที่นิยมในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 20 โดยเทียบได้กับอักษรที่ปรากฏในจารึกวัดหลวง หนองคาย (พ.ศ. 1992) แต่อักษรบางตัวก็แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของอักษรไทยฝักขามอย่างเด่นชัด เช่น อักษร /ถ/ จะเห็นว่าเส้นหลังมีการลากยาวและตัวด้านล่างด้านล่าง ซึ่งลักษณะเช่นนี้ คล้ายกับอักษร /ถ/ ในจารึกอักษรฝักขามรุ่นที่ 2 (พ.ศ. 2010-2099) เทียบได้กับอักษร /ถ/ ในจารึก พย.4 (พ.ศ.2035) พย.27 (2038) และ ชร.2 (พ.ศ. 2039) (กรรณิการ์ วิลเกษม, 2527) อักษร /ฆ/ แต่เดิมจะขมวดหัวตรงมุมล่างของเส้นหน้าและหลัง ในจารึกหลักนี้รูปจะคล้ายกับอักษร /ม/ ต่างกันตรงที่จะหยักบริเวณหัวอักษร คล้าย /ฆ/ ปัจจุบัน ซึ่งเทียบได้กับอักษรฝักขาม ลพ.33 (พ.ศ. 2042) นอกจากนี้ ยังปรากฏรูปอักษรสังโยค คือ /อย/ /हन/ และ /หม/ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ เป็นลักษณะเฉพาะของอักษรไทยฝักขามที่แสดงให้เห็นถึงความต่างไปจากอักษรไทยสุโขทัยอย่างชัดเจน และอักษรลักษณะนี้ปรากฏในจารึกล้านช้างตั้งแต่ต้นพุทธศตวรรษที่ 21 แล้ว ตัวอย่างดังที่ปรากฏในจารึกพระธาตุศรีโคตร พ.ศ.2037

สระ พบจำนวน 15 รูป ดังนี้ /อะ/ /อา/ /อิ/ /อี/ /อุ, อู/ (ใช้รูปเดียวกัน) /อี/ /เอ/ /แอ/ /โอ/ /เอีย/ (ปรากฏ 2 แบบ แบบใช้ไม้ขีดกำกับเสียงในกรณีไม่มีตัวสะกด และแบบ ย. เคียง ในกรณีที่มีตัวสะกด) /เอือ/ /อัว/ /อำ/ /โอ/ และ /เอา/ (ดูตัวอย่างในตารางที่ 2)

สัญลักษณ์กำกับเสียงอีก 2 สัญลักษณ์ คือ 1) ไม้ขีด ใช้ใน 3 กรณี คือ ใช้แทนเสียง /อะ/ ลดรูป (คล้ายไม้หันอากาศ) ใช้กำกับเสียง /เอีย/ ในกรณีคำที่ไม่มีตัวสะกด ลักษณะเช่นนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงการคลี่คลายของอักษรไทยสุโขทัยที่ปรากฏในจารึกวัดหลวงที่ยังคงใช้รูป /อี/ กำกับเสียง /เอีย/ ตาม

แบบสุโขทัย ใช้กำกับเสียงฮั้ว เช่นในคำว่า “เจ้าหัว” อันเป็นลักษณะที่สืบทอดมาจากอักษรไทยสุโขทัย ก่อนที่จะใช้ไม่ก่งในยุคหลัง 2) ไม่ก่ง ใช้กำกับเสียงเอา ดังปรากฏในคำว่า “พระเจ้า” (ดูตัวอย่างในตารางที่ 2)

ตัวเลข ปรากฏ 3 รูป คือ 8 7 และ 2 รูปสัณฐานตัวเลขที่ปรากฏนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวเลขในอักษรฝักขาม เทียบได้กับจารึก พร.1 (พ.ศ. 1999) ลพ.24 (พ.ศ. 2017) ลป.1 (พ.ศ.2019) มส.1 (พ.ศ. 2033) เป็นต้น (กรณิการ์ วัฒนเกษม, 2527) (ดูตัวอย่างในตารางที่ 1) และมีสัณฐานต่างไปจากเลข 7 ที่ปรากฏในจารึกวัดหลวง (พ.ศ.1992) ซึ่งมีสัณฐานคล้ายเลขสามไทย (๓) ปัจจุบัน เลข 7 ในจารึกพระเจ้าชุมพู่ จะลากเส้นหลังยาวลงด้านล่าง คล้ายเลขเจ็ดอารบิก (7) (ดูตัวอย่างในตารางที่ 1)

ส่วนในด้านอักขรวิธี แสดงให้เห็นอิทธิพลอักษรฝักขามอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะการนำตัวเชิงอักษรตัวธรรมมาใช้ในการเขียนพยัญชนะต้นควบ เช่น /พร/ /กล/ /หล/ อักษร /ร/ /ล/ จะใช้ตัวครึ่ง หรือตัวเชิงของอักษรธรรมเขียนไว้ใต้พยัญชนะตัวแรก นอกจากนี้ยังพบตัวเชิง ธ ในคำว่า “ราหุณา” มีรูปสัณฐานอักษรคล้ายกับจารึกอักษรไทยฝักขามที่มีอายุอยู่ในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 เทียบได้กับอักษรในจารึกวัดจอมทองเชียงใหม่ พ.ศ. 2039 เป็นต้น ซึ่งอักขรวิธีในลักษณะนี้ ปรากฏมาก่อนแล้วในจารึกพระธาตุศรีโคตร หากแต่รูปสัณฐานตัวครึ่ง /ร/ ที่ปรากฏในจารึกพระเจ้าชุมพู่ ก็แสดงให้เห็นการคลี่คลายจากจารึกพระธาตุศรีโคตรแล้ว

ลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นหลักฐานยืนยันว่าอิทธิพลของอักษรฝักขามได้เข้ามามีบทบาทในระบบการเขียนอักษรไทยในอาณาจักรล้านช้างตั้งแต่ต้นพุทธศตวรรษที่ 21 ไม่ใช่เริ่มในช่วงรัชสมัยของพระเจ้าวิสุทราช หรือโพธิสาลราชดังที่เข้าใจกัน แต่ทั้งนี้ก็ยังไม่ก่อนรัชสมัยของพระเจ้าไชยจักรพรรดิแผ่นแผ้ว (พ.ศ. 1992-2021) ซึ่งมีหลักฐานอย่างจารึกวัดหลวง ที่แสดงให้เห็นว่ายังคงใช้รูปแบบอักษรและอักขรวิธีแบบอักษรไทยสุโขทัยอยู่

การคลี่คลายดังกล่าวนี้ มีผลทำให้ในเวลาต่อมารูปแบบอักษรไทยในล้านช้างมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นเอกลักษณ์แห่งอักษรไทยล้านช้างอย่างแท้จริง และใช้กันอยู่ในหมู่คนที่พูดภาษาไทย-ลาวเท่านั้น ซึ่งอักษรดังกล่าวนักวิชาการด้านอักษรกำหนดเรียกกันชื่อว่า “อักษรไทยน้อย” หรือ “อักษรลาวเดิม”

สรุป

ศิลาจารึกเป็นเอกสารโบราณที่เชื่อได้ว่า น่าจะเป็นหลักฐานที่รายงานโดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรือหลังเหตุการณ์ไม่นานนัก จึงถือได้ว่า เป็นเอกสารชั้นต้นที่เชื่อถือได้ และมีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริงน้อย (ศิลาจารึก, 2534) ศิลาจารึกพระเจ้าชุมพลจึงนับเป็นเอกสารชั้นต้นที่สำคัญ ที่บอกเล่าเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ล้านช้างในช่วง พ.ศ. 2053 และการปรากฏพระนามของพระเจ้าชุมพล ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งไม่สอดคล้องกับเอกสารประเภทพงศาวดารที่บันทึกว่า พระองค์สิ้นพระชนม์เมื่อ พ.ศ. 2043 หรือ พ.ศ. 2044 แสดงให้เห็นว่าประวัติศาสตร์ล้านช้างจากพงศาวดารนั้นมีความคลาดเคลื่อนซึ่งควรต้องชำระใหม่ ส่วนในประเด็นเรื่องตัวอักษรที่ใช้บันทึก เป็นอักษรไทยน้อยหรือลาวเดิม ที่ได้รับอิทธิพลจากอักษรฝักขามแล้ว นั้นแสดงให้เห็นว่า อักษรฝักขามน่าจะเข้ามามีอิทธิพลต่อระบบการเขียนของอักษรไทยน้อย ตั้งแต่ต้นพุทธศตวรรษที่ 21 แล้ว แต่คงไม่ก่อน พ.ศ. 1992 เห็นได้จากอักษรที่ใช้ในจารึกวัดหลวง อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย ยังคงใช้อักษรวิธีตามแบบอักษรไทยสุโขทัยอยู่ อย่างไรก็ตามอิทธิพลอักษรฝักขามที่นำมาใช้ในอาณาจักรล้านช้างนั้น คงเข้ามาแต่อักษรวิธีเท่านั้น ส่วนรูปสัณฐานอักษรยังคงใช้ตามรูปแบบที่พัฒนามาจากอักษรไทยสุโขทัยที่ใช้มาแต่เดิม

ตารางที่ 1: แสดงรูปพยัญชนะและตัวเลขที่ปรากฏในจารึกพระเจ้าชุมพล

	ก	ข	ช	ค	ฅ	ฆ	ง
ตัวเต็ม	ก	ข	ช	ค		ฅ	ง
ตัวเล็ก							
	จ		ฉ	ช		ฌ	ญ
ตัวเต็ม	จ		ฉ	ช		ฌ	ญ
ตัวเล็ก							
	ฎ		ฏ		ท		ณ
ตัวเต็ม							
ตัวเล็ก							
	ด	ต		ถ		ท	ธ
ตัวเต็ม	ด	ต		ถ		ท	ธ
ตัวเล็ก							
	บ	ป	ผ	ฝ	พ	ฟ	ภ
ตัวเต็ม	บ	ป	ผ	ฝ	พ	ฟ	ภ
ตัวเล็ก							
	ย	ร	ล	ว	ศ	ษ	ห
ตัวเต็ม	ย	ร	ล	ว	ศ	ษ	ห
ตัวเล็ก							
	อ	ฮ	อ	ฮ	อ	ฮ	อ
ตัวเต็ม	อ	ฮ	อ	ฮ	อ	ฮ	อ
ตัวเล็ก							
	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๖
ตัวเต็ม			๖				๗
ตัวเล็ก							

ตารางที่ 2: แสดงรูปสระ และสัญลักษณ์แทนเสียง ที่ปรากฏในจารึกพระเจ้าชุมพล

อะ	อา	อิ	อี	อึ	อือ	อุ	อู
+ ๐	+ ๐	๐	๐	๐		๐	๐
เอะ	เอ	เอะ	เอ	เอ	เอ	เอะ	เอ
	๕		๕		๕		
เออะ	เอ	เอะ	เอ	เอ	เอ	เอะ	เอ
			๕				๕
อ่า	โอ	โอ	เอ	อ	อ	ไ้	ไ้
+ ๐		๕	๕			๕	๕



บรรณานุกรม

กรรณิการ์ วิลลเกษม. (2527). *อักษรฝักขามที่พบในศิลาจารึกภาคเหนือ*.

นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ขุนบรมราชาพิราษ. Digital Library of Lao Manuscripts รหัส

0601241409902 ม้วนที่ 151 อันดับ 04). จาก [https://digital.](https://digital.crossasia.org/digital-library-of-lao-manuscripts/?lang=en)

[crossasia.org/digital-library-of-lao-manuscripts/?lang=en](https://digital.crossasia.org/digital-library-of-lao-manuscripts/?lang=en)

ขุนบูลม ผูก 2. Digital Library of Lao Manuscripts รหัส

0101291400202) <https://digital.crossasia.org/digital-library-of-lao-manuscripts/?lang=en>

ธวัช ปุณโณทก. (2530). *ศิลาจารึกอีสาน*. กรุงเทพฯ : คุณพินอักษรกิจ.

เต็ม วิภาคย์พจนกิจ. (2540). *ประวัติศาสตร์ลาว*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

ประชุมพงศาวดาร. (2512). *นิทานเรื่องขุนบรม*. ประชุมพงศาวดาร เล่มที่ 44. (1-61). กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา.

_____. (2507). *พงศาวดารเมืองหลวงพระบาง*. ประชุมพงศาวดาร เล่ม 10 (135-236). กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา.

_____. (2506). *พงศาวดารเมืองหลวงพระบาง ฉบับศาลาลูกขุน*.

ประชุมพงศาวดาร เล่ม 4 (315-369). กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา.

_____. (2506). *พงศาวดารล้านช้าง (ตามถ้อยคำในฉบับเดิม)*.

ประชุมพงศาวดาร เล่ม 2 (154-184). กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา.

มาร์ติน สจ๊วต ฟอกซ์. (2556). *ประวัติศาสตร์ลาว*. (จิราภรณ์ วิญญูรัตน์ แปล).

กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

สุรศักดิ์ ศรีสำออง. (2545). *ลำดับกษัตริย์ลาว*. กรุงเทพฯ : สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร.

- ศิลจารีก. (2534). จารึกล้านนา ภาค 1 เล่ม 1: จารึกจังหวัดเชียงราย น่าน
พะเยา แพร่. กรุงเทพฯ : มุลนิธิเจมส์ เอช ดับเบิลยู ทอมป์สัน.
_____. (2551). จารึกล้านนา ภาค 2 เล่ม 1: จารึกจังหวัดเชียงใหม่
ลำปาง ลำพูน และแม่ฮ่องสอน. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.

“หมอลำ” กระแสการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางดนตรีสมัยใหม่
“Mor Lam” The Changing Trend of Modern Music Culture

นายสราวุฒิ สี่หาโคตร¹, สมศักดิ์ ท้าวสบาย²,
ณัฐวุฒิ พุกกะศรี³ และ ธนบูรณ์ สินทร⁴
Sarawut Srihakhot¹, Somsak Taosabai²,
Nutthawut Phusasri³ and Thanabun Sinton⁴

Received: October 19, 2022

Revised: December 2, 2022

Accepted: December 16, 2022

¹สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Music Programme, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University
(Email: Sarawut.srihakhot1988@gmail.com)

²สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Music Programme, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University
(Email: Sak_sabai@gmail.com)

³สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Music Programme, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University
(Email: Aj.natthawut.thaimusicrmu@gmail.com)

⁴สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Music Programme, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat
Maha Sarakham University
(Email: Patuk_s@hotmail.com)

บทคัดย่อ

ความสามารถในการปรับตัวเป็นลักษณะเด่นของหมอลำ ปัจจุบันวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้านประเภทหมอลำ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดนตรีกระแสหลัก แต่เดิมหมอลำมีบทบาทเพื่อความบันเทิงในหมู่บ้านเท่านั้น ปัจจุบันกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน และยังคงมีแนวโน้มในการปรับประยุกต์ให้ร่วมสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์บางประการให้คงอยู่ เพื่อให้การแสดงพื้นบ้านประเภทนี้คงอยู่อย่างสร้างสรรค์ด้วยการปรับตัวต่อไป ทั้งนี้ ผู้เขียนจึงขออธิบายการปฏิสัมพันธ์ระหว่างหมอลำกับสังคมไว้ 2 ส่วน คือ 1) หมอลำกับโลก ว่าด้วยหมอลำที่ออกไปแสดงยังต่างประเทศ สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมบันเทิงที่เป็นดังจิตวิญญาณ และเห็นการเคลื่อนไหว หมุนเวียนอย่างไหลลื่นของวัฒนธรรมบันเทิงที่เกิดจากหมอลำ ทำให้วัฒนธรรมเป็นไปตามกลไกของตัวมันเอง 2) โลกกับหมอลำ กล่าวถึงวงดนตรีที่นำหมอลำไปประยุกต์ให้น่าสมัย สะท้อนให้เห็นกระแสดนตรีทางเลือกในระดับโลกที่แสวงหาความเป็นต้นฉบับ และหากมองย้อนกลับมาที่หมอลำจะเห็นว่าความเป็นต้นฉบับของหมอลำนั่นคือการนำสิ่งอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นทำนอง เครื่องดนตรี แนวการสร้างสรรค์เสียงแบบใหม่ มารับใช้ตรรกะของหมอลำเอง ซึ่งตรรกะของหมอลำนั่นก็คือ “อะไรก็ตามที่คนอีสานพอใจ” อย่างที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน

คำสำคัญ : หมอลำ, วัฒนธรรม, กระแสการเปลี่ยนแปลง, ดนตรีสมัยใหม่

Abstract

Adaptability is one of the unique characteristics of Mor Lam, a traditional music performance found in northeastern Thailand and Laos PDR. Now, Mor Lam folk music becomes a part of mainstream music culture. Being considered local entertainment in the past, art performance has established itself in the mass music industry. Mor



Lam has also been adapted to be in music trend with the remaining characteristics of music art. To conserve Mor Lam culture, the author attempted to explain the interaction between Mor Lam and society in 2 aspects: 1) Mor Lam and the world, Mor Lam performances worldwide reflecting the entertainment culture that represents the soul and dynamic of Mor Lam culture supporting its cultural mechanism and 2) The world and Mor lam, the way music bands modernize Mor Lam reflecting the trends of world alternative music that seeks originality. Particularly, the originality of Mor Lam could considerably be the way artists apply melodies, rhythms, instruments, and sound creation to the ideal of Mor Lam – “Whatever the Isanists Dance to” – as presented nowadays.

Keywords: Mor Lam, Culture, Stream of Change, Modern Music

บทนำ

“เราไม่อาจทำความเข้าใจชีวิตของวัฒนธรรม
วรรณกรรม และการต่อสู้ในหน้าประวัติศาสตร์ของมนุษย์ได้
ถ้าหากเราละเลยอารมณ์ขันแบบพิเรนทร์ ๆ ของชาวบ้านร้าน
ตลาด ซึ่งปรากฏให้เห็นอยู่เสมอและไม่เคยถูกหลอมรวมเข้า
กับวัฒนธรรมทางการของชนชั้นผู้ปกครองเลย”
(Mikhail Bakhtin อ้างถึงใน สุริยา สมุทคุปต์ และคณะ, 2544)

วัฒนธรรมบันเทิง “หมอลำ” เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านอีสานที่เป็นที่รู้จักกันอย่างเป็นวงกว้าง และมีพัฒนาการควบคู่กับการเติบโตของสังคมในทุกช่วงสมัย แม้ว่าหมอลำในประเทศไทยจะมีจุดกำเนิดจุดเริ่มต้นอยู่ในบริเวณภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของไทย วัฒนธรรมบันเทิงดังกล่าวนี้ยังเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยมแต่เพียงในพื้นที่ภาคอีสานอย่างเดียวเท่านั้น หมอลำได้มีการแพร่กระจายทั้งจากการอพยพย้ายถิ่นฐานของคนอีสานไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการไปขายแรงงาน หรือการสมัครสมัครบวงสรวงในภูมิภาคอื่น และยังเป็นการสร้างความรู้จักโดยจากทางสื่อต่าง ๆ ไปยังทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย ทั้งนี้ หมอลำก็ไม่ได้เป็นเพียงการละเล่นที่มีบทบาทในการสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้คนในสังคมดังที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในปัจจุบันเพียงอย่างเดียวเช่นกัน แล้วมันยังมีบทบาทในด้านสังคมและวัฒนธรรม ในฐานะของสื่อการเผยแพร่ศิลปะการแสดง ที่เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible Cultural Heritage) ของบรรพบุรุษ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น และในแต่ละยุคสมัยของงานดนตรีและกลอนลำ ทั้งยังมีบทบาททางด้านเศรษฐกิจจากการที่หมอลำไม่ได้เป็นเพียงการละเล่น แต่กลายเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีความสามารถทางด้านหมอลำ หรือมีบทบาททางด้านการเมือง ในหลายยุคสมัยหมอลำมีบทบาทอย่างยิ่งในการเป็นสื่อหรือกระบอกเสียงในการเผยแพร่นโยบายหรืออุดมการณ์ทางด้านการเมืองการปกครองด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังปรากฏหมอลำในรูปแบบที่เป็นการรักษาด้วยจิตวิทยาอย่างหมอลำผีฟ้า ซึ่งมีบทบาทในการสร้างเอกภาพตามความคิดที่ยึดโยงความเชื่อทางด้านจิตวิญญาณร่วมกันอีกด้วย (พิสุทธิลักษณ์ บุญโต และคณะ, 2556)

สำหรับหมอลำที่ปรากฏในประเทศไทย มีข้อสันนิษฐานถึงต้นกำเนิดและพัฒนาการของหมอลำไว้ 3 ทาง คือ พัฒนาการมาจากลัทธิบูชาแถนหรือผีฟ้า พัฒนาการมาจากประเพณีความเชื่อในทางพระพุทธศาสนา และพัฒนาการมาจากประเพณีการเกี่ยวพาราสีระหว่างหนุ่มสาว (สนอง คลังพระศรี, 2541) และได้มีการพัฒนาดนเองเรื่อยมา โดยปรับเปลี่ยนยุคให้เข้ากับสภาวะการณ์ในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมการแสดงหมอลำแสดงถึงความเคลื่อนไหวได้เป็นอย่างดี และมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่เสมอต่อเนื่อง กล่าวคือ

หมอลำมีความยืดหยุ่นในการยอมรับปรับเปลี่ยนการแสดงให้เป็นที่นิยมแก่ผู้ชม สังเกตได้อย่างชัดเจนจากหมอลำที่มีหน้าที่ในการสร้างความบันเทิงแก่ผู้ชม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ให้หมอลำยังสามารถดำรงอยู่ควบคู่การดำเนินไปของสังคมในทุกยุคทุกสมัย ดังจะเห็นได้ว่า พัฒนาการการปรับตัวส่วนหนึ่งทำให้หมอลำปรากฏเป็นที่นิยมทุกยุคทุกสมัยนั้น ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคหรือผู้ชมเป็นหลัก ในการเป็นผู้กำหนดทิศทางของการแสดง ตัวอย่างหนึ่งในการปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของหมอลำ อาทิ หมอลำก๊กขาวที่มีการปรับเปลี่ยนการแต่งกายของนักแสดงหญิงให้นุ่งกระโปรงที่สั้นมากยิ่งขึ้นเพื่อเผยให้เห็นเรียวขาของนักแสดง ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาเดียวกันกลับที่การแต่งกายนุ่งสั้นของคณะรำวงได้รับความนิยมด้วยเช่นกัน แต่ในท้ายที่สุดความนิยมของผู้ชมก็เป็นมูลเหตุอีกครั้งที่ทำให้หมอลำก๊กขาวเสื่อมความนิยมลงไป นอกจากความสามารถในการปรับตัวของหมอลำที่มีส่วนสำคัญ ทำให้หมอลำยังคงดำรงอยู่ได้แล่นั้น ความเข้มแข็งของการถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นก็เป็ส่วนสำคัญด้วยเช่นกัน ปัจจุบันหมอลำได้รับการบรรจุเป็นหลักสูตรการแสดงพื้นบ้านของสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนผู้ที่สนใจศิลปะการแสดงได้เรียนรู้และรับการถ่ายทอดเพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมดังกล่าวทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ และยังสามารถนำไปประกอบเป็นอาชีพได้อีกด้วย (สรารุติ สีหาโคตร, 2556)

ด้วยความสามารถในการปรับตัวของการแสดงหมอลำซึ่งเป็นลักษณะเด่นดังที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะพบว่าในปัจจุบันวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้านประเภทหมอลำ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดนตรีกระแสหลักของประเทศไทยมากกว่าอดีต ดังจะเห็นได้จาก แต่เดิมนั้นหมอลำเป็นการลำที่มีบทบาทส่วนใหญ่เพื่อความบันเทิงในหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดเท่านั้น ปัจจุบันได้กลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน ได้มีการบันทึกแผ่นเสียงและจัดทำวีดิทัศน์การแสดงเชิงพาณิชย์เพื่อจำหน่ายกันอย่างแพร่หลายและยังคงมีแนวโน้มในการปรับประยุกต์ให้ร่วม

สมัยอยู่ตลอดเวลา (อาทิตย์ มูลสาร, 2564) โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์บางประการของหมอลำให้คงอยู่ ทั้งนี้ในขณะที่หมอลำมีการปรับเปลี่ยนสู่ความร่วมมือในยุคโลกาภิวัตน์ กระแสท้องถิ่นนิยมก็ดำเนินไปอย่างคู่ขนานกับการพัฒนาการแสดงหมอลำ ทำให้เกิดการอนุรักษ์และสืบสานหมอลำในรูปแบบดั้งเดิมควบคู่กันไปด้วย โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปะการแสดงหมอลำไม่ทางใดก็ทางหนึ่งด้วย เช่น การนำไปเผยแพร่วัฒนธรรมในต่างประเทศ การส่งเสริมให้ผู้มีความสามารถทางหมอลำไปประกอบอาชีพนักแสดงเพื่อบริการให้กับกลุ่มผู้ใช้แรงงานในต่างประเทศ หรือกลุ่มผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวได้ชมเพื่อผ่อนคลาย อย่างไรก็ตาม “หมอลำ” เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่มีการใช้ภาษา รวมถึงรูปแบบดนตรีที่มีลักษณะเฉพาะตัว (นคร พงษ์ภาพ, 2560) และในปัจจุบันมีผู้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเป็นจำนวนมาก และมากพอที่จะจัดทำเป็นฐานข้อมูลที่ใหญ่อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวของการแสดงหมอลำสู่สังคมต่าง ๆ ทั่วไป ทั้งในภาคอีสานในประเทศไทย และต่างประเทศ ให้เป็นที่รู้จักในแง่มุมมองของการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องอย่างเป็นวงกว้าง อีกทั้ง ยังเป็นพื้นที่ซึ่งเป็นศูนย์รวมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากหมอลำสู่ผู้คนทั่วไปได้เป็นอย่างดี(สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงวัฒนธรรม, 2552)

ซึ่งจากการเรียนรู้ดังกล่าวนี้ ทำให้สามารถเข้าใจถึงบริบททางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา หรือแม้แต่นิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ช่วยเติมเต็มองค์ความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งยังเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมให้ผู้คนได้ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสาน พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจให้กับผู้คนได้เห็นถึงความสำคัญอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ยั่งยืน คุ่มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด การเรียนรู้วัฒนธรรมภายนอกประเทศยังจะเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และยอมรับความแตกต่าง หลากหลายทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ใน



ประเทศไทย ในระดับภูมิภาคอาเซียน และในระดับโลก เพื่อการอยู่ร่วมกันของ
ผู้คนได้โดยสันติอีกด้วย (พิสุทธิลักษณ์ บุญโต และคณะ, 2556)

ส่วนเนื้อหา

ในปัจจุบันกระแสนดนตรีทางเลือกในประเทศไทยเริ่มหันกลับมาสู่ราก
เหง้าความบันเทิงแบบพื้นบ้านแน่นอนว่า วัฒนธรรมความบันเทิงของชาวอีสาน
มีความโดดเด่น และสามารถต่อยอดในระดับสากลได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น
ดีเจที่กำลังมาแรงอย่าง Mabsai หรือรุ่นใหญ่ในวงการดนตรีเร็กเก้เมืองไทยอย่าง
Kipi (แก้ว นักร้องนำวงทีโบน) วงศรียาชา ร็อคเกอร์ และวงออดิตสา หมอลำ
แบนด์ วงดนตรีที่นำหมอลำและดนตรีพื้นบ้านมาผสมผสานกับแนวดนตรีอื่น ๆ
ทั่วโลก หรือรฟพิพิธภัณฑ์หมอลำจิมทอมป์สัน รวมถึงการนำหมอลำอีสานใน
ทศวรรษที่ 1960 ไปสร้างทำนองหรือแนวดนตรีใหม่ของค่ายเพลงชื่อดังอย่าง
Soundway Records แห่งเกาะอังกฤษ ทั้งนี้ ในส่วนของผู้เขียนจึงอธิบายความ
สัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างหมอลำกับสังคมใน 2 ส่วน คือ 1) หมอลำกับ
โลก ว่าด้วยหมอลำที่ออกไปแสดงยังต่างประเทศ และ 2. โลกกับหมอลำ กล่าว
ถึงวงดนตรีสมัยใหม่ที่นำหมอลำและดนตรีของหมอลำไปประยุกต์ให้ดูทันสมัย
ดังนี้

หมอลำกับโลก

จากเหตุการณ์ความไม่สงบในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ที่เริ่มก่อตัวตั้งแต่ทศวรรษที่ 2480 เป็นเหตุให้ลาวแบ่งแยกออกเป็น 3 ฝ่าย ที่ถูก
เรียกขานภายหลังว่า สงครามลาว 3 ฝ่าย จนในที่สุดก็จบลงด้วยชัยชนะของฝ่าย
คอมมิวนิสต์ ซึ่งนำโดยท้าวไกสอน พรมวิหาน ในช่วงระหว่างสงครามและหลัง
การสู้รบชาวลาวหลายคนได้อพยพลี้ภัยทางการเมืองไปยังประเทศใหญ่ ๆ หลาย
ประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส หรือออสเตรเลีย ทำให้
ประเทศต่าง ๆ เหล่านี้มีชุมชนลาวตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นกลุ่มก้อน ชาวลาวเหล่านี้ได้
นำวัฒนธรรมต่าง ๆ ติดตัวไปด้วย โดยเฉพาะวัฒนธรรมความบันเทิง บุญประเพณี

ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าชาวไทยอีสานอีกด้วยเช่นกัน ที่ไปขายแรงงานแต่งงานกับ
ประชากรของประเทศต่าง ๆ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันของชาวลาวและชาวอีสาน
ในต่างประเทศ คนกลุ่มนี้เองที่เป็นเสมือนหน้าต่างของชาติพันธุ์ที่ทำให้คนทั่ว
โลกเห็นวัฒนธรรมลาว

ชุมชนชาวลาวและชาวอีสานในต่างประเทศได้ใช้ศิลปะปิ่นหมอลำไป
แสดง ณ ประเทศต่าง ๆ ที่มีชุมชนลาว หรือคนอีสานอาศัยอยู่ (อาทิตย์ มูลสาร,
2564) มีวงดนตรีอีสานวงแรก ๆ ที่ไปทำการแสดง ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา คือ
วงเพชรพินทอง ซึ่งนำโดย นพดล ดวงพร ต่อมาก็เป็นลูกทุ่งหมอลำชื่อดังเจ้าของ
ฉายาแซ่ซ่ายลายมังกรอย่าง พรศักดิ์ ส่องแสง ถือว่าเป็นศิลปินลูกทุ่งหมอลำที่
ไปใช้ชีวิตอยู่ต่างประเทศนานที่สุด นานจนมิตรหมอแคนแพนหมอลำในเมืองไทย
คิดว่าเสียชีวิตไปแล้ว อีกท่านที่เดินทางไปแสดงลำกลอนวาดอุบลหลายประเทศ
นั่นคือ ป. ฉลาดน้อย ส่งเสริม ซึ่งเดินทางไปแสดงทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา
และประเทศเยอรมนี หลังจากนั้นศิลปินลูกทุ่งหมอลำรุ่นน้องอีกหลาย ๆ คน
(ฉลาด ส่งเสริม, 2560) ก็ได้เจริญรอยตามไปแสดงอีกหลากหลายประเทศทั้งใน
เอเชีย ยุโรป และออสเตรเลีย

การไปแสดงหมอลำ ณ ต่างประเทศของศิลปินลูกทุ่งหมอลำนั้มนำ
สนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยพบว่า ปรากฏใน 2 ลักษณะด้วยกัน คือ ไปในฐานะตัวแทน
ของรัฐบาล และไปในฐานะนักท่องเที่ยว สำหรับการไปในฐานะตัวแทนของ
รัฐบาลไทยนั้น ส่วนมากจะเป็นระดับศิลปินแห่งชาติหรือเป็นหมอลำเก่าที่มีชื่อ
เสียง ซึ่งการไปในฐานะรัฐบาลนั้น นอกจากเรื่องงบประมาณจะเต็มเปี่ยมแล้ว
ศิลปินคนนั้นยังได้รับเกียรติประวัติในฐานะตัวแทนการสาธิตเชิงวัฒนธรรมของชาติ
การไปในฐานะตัวแทนของชาติไทยต้องแสดงในหลักการของศีลธรรมที่ดีงาม
ของชาติ ซึ่งหลายครั้งศีลธรรมที่ดีงามของชาติก็ขัดกับบรรทัดฐานการแสดงของ
หมอลำ แต่ทว่า การเดินทางไปแสดงต่างประเทศในฐานะนักท่องเที่ยวนั้นก็กลับ
ต่างออกไป กล่าวคือ ศิลปินลูกทุ่งหมอลำที่ถูกเชิญไปนั้น ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของ



การเชิญ หากแต่เป็นการชวนให้ไปเที่ยวในฐานะเพื่อน เนื่องจากหากเชิญไปในฐานะศิลปินต้องทำเรื่องจากหน่วยงานตรวจคนเข้าเมืองหลายขั้นตอนทำให้เกิดความยุ่งยากและเสียค่าใช้จ่ายมาก อีกทั้ง หน่วยงานที่เชิญในต่างประเทศก็มักจะไม่ได้เป็นหน่วยงานที่ถูกรับรองโดยรัฐ ทั้งนี้ สามารถอธิบายขั้นตอนการไปแสดงหมอลำยังต่างประเทศ ได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มก้อนของชุมชนชาวลาวหรือชาวอีสานในต่างประเทศ เช่น สมาคม ชมรม พลวัติไทย วัดลาวจะทำการติดต่อมายังศิลปินหมอลำในฝั่งไทย นายหน้า ผู้จัดการ หรือตัวศิลปินเอง โดยส่วนมากจะเป็นหมอลำจากอีสานหรืออาจเป็นนักร้องลูกทุ่งภาคกลางบ้าง แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก แน่แน่นอนว่าไม่มีนักร้องหรือหมอลำจากฝั่งลาวเลย จากการสัมภาษณ์เพื่อนชาวลาวที่อพยพไปอยู่ประเทศออสเตรเลีย (เสา วีระวงศ์, 2560) และจากการสอบถามคุณเสา วีระวงศ์ ซึ่งเป็นลูกสาวของมหาศิลา วีระวงศ์ ทราบว่าเริ่มมีความสนใจที่จะเชิญศิลปินจากฝั่งลาวไปแสดงที่ออสเตรเลียบ้างแล้ว แต่การเชิญศิลปินจากฝั่งลาวจะติดปัญหาเรื่องอุดมการณ์ทางการเมือง ด้วยว่าคนลาวที่ถือสัญชาติต่างประเทศมักถูกเข้าใจว่าเป็นลาวฝ่ายขวา แต่คนลาวที่อยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจะเป็นลาวฝ่ายซ้าย (เสา วีระวงศ์, 2560) ดังนั้น การที่ศิลปินคนลาวออกมาแสดงนอกประเทศไม่ว่าจะเป็นหรือไม่เป็นทางการนั้น จะเป็นที่จับตามองจากรัฐบาลลาวเป็นพิเศษ จึงทำให้ศิลปินเกิดข้อจำกัดในการออกไปแสดงยังต่างประเทศ

อนึ่ง ศิลปินหมอลำที่ถูกเชิญไปแสดงยังต่างประเทศนั้น อาจไม่ใช่ศิลปินดังที่คนทั่วประเทศไทยรู้จักกันอย่างแพร่หลาย เช่น แมน มณีวรรณ ได้รับเชิญไปแสดงที่ประเทศญี่ปุ่น (ก่อนที่จะมาสังกัดค่ายเพลงอาร์สยาม) เอ็ม อภัสรา มาบุญธรรม ได้รับเชิญจากชุมชนคนอีสานที่อาศัยอยู่ในประเทศแถบสแกนดิเนเวีย เป็นระยะเวลา 2 อาทิตย์ หรือ นัก พรพนา ที่กำลังดังในหมู่คนลาวและคนอีสานในออสเตรเลีย เป็นต้น ทั้งนี้ ศิลปินเหล่านี้ต่างเติบโตมาจากการแสดงหมอลำและออกอัลบั้มกับค่ายเพลงเล็ก ๆ ไม่เป็นที่รู้จักในระดับประเทศมากนัก แต่กลับ

ได้รับความนิยมในหมู่คนลาวและคนอีสานในต่างประเทศ

1) เงื่อนไขในการเดินทางที่ศิลปินลูกทุ่งหมอลำ จะต้องเข้าประเทศนั้น ๆ ในฐานนักท่องเที่ยว

โดยส่วนมากจะเป็นที่รู้จักกันระหว่างศิลปินกับผู้ว่าจ้าง สำหรับค่าตัวนั้น อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้แต่โดยส่วนมากมักไม่เปิดเผย เพราะส่วนใหญ่ทางสมาคมชาวลาว และชาวอีสานในต่างประเทศจะเป็นคนดูแลค่าเดินทางหาที่พัก และค่าอาหารตลอดระยะเวลาที่อยู่ในต่างประเทศ โดยใช้ทุนจากกองทุนของสมาคมหรือวัดไทย-ลาวในประเทศนั้น ๆ ซึ่งในกรณีที่ไม่ได้ค่าตัว ศิลปินต้องมีความมั่นใจในระดับหนึ่งว่าจะได้รับรางวัลจากผู้ชมหน้าเวที จากการสัมภาษณ์ศิลปินที่เคยเดินทางไปต่างประเทศและเพื่อนชาวลาวถึงชาวอีสานที่อาศัยในต่างประเทศได้ทราบเพิ่มเติมอีกว่า ศิริพร อำไพพงศ์ เคยไปแสดงที่เมืองซินี๋ย ประเทศออสเตรเลีย โดยไม่มีค่าตอบแทน หากแต่อาศัยการร้องเพลงเพื่อรับเงินรางวัลจากผู้ชมหน้าเวทีเท่านั้น โดยส่วนมากจะเป็นคนลาวพลัดถิ่นที่นิยมมอบรางวัลหน้าเวทีให้ประมาณ 60 - 100 ดอลลาร์ออสเตรเลียต่อครั้งต่อคน คิดเป็นเงินบาทไทยประมาณครั้งละ 1,800 - 3,000 บาท นอกจากนี้ศิลปินยังสามารถหารายได้จากการขายซีดีเพลง หรือของที่ระลึกต่าง ๆ เช่น เสื้อยืด เป็นต้น

2) พื้นที่จัดแสดงโดยส่วนมากจะจัดในวัด ในกรณีช่วงเทศกาลงานบุญ และหลายครั้งก็จะแสดงในร้านอาหารหรือผับเล็ก ๆ ที่มีคนไทยหรือคนลาวเป็นเจ้าของ ผู้ที่เข้าชมจะต้องซื้อตั๋ว โดยกำไรจากการขายตัวนั้นก็จะนำมาบำรุงสมาคมหรือวัด และจ่ายค่าดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับศิลปิน ผู้ชมส่วนมากจะเป็นคนลาวรุ่นแรกที่อพยพไปยังประเทศนั้น ๆ และคนไทยอีสานที่ไปขายแรงงานหรือแต่งงานกับประชากรของประเทศนั้น ๆ จากการสัมภาษณ์สามารถยืนยันได้ว่า ไม่นักศึกษาไทยหรือลาวซื้อตั๋วเข้าไปชมการแสดงของศิลปินลูกทุ่งหมอลำเลย

สามารถสรุปได้ว่า การแสดงของหมอลำและลูกทุ่งหมอลำในต่างประเทศสามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมบันเทิงที่เป็นดังจิตวิญญาณที่สามารถเชื่อมกลุ่ม



ชาติพันธุ์ลาวในต่างแดน ลดทอนความเป็นชาตินิยมที่มีน้ำโขงเป็นตัวขวางกั้นแบ่งเขตแดนรัฐ และทำให้เห็นการเคลื่อนและหมุนเวียนอย่างไหลลื่น ของวัฒนธรรมความบันเทิงที่เกิดจากหมอลำโดยปราศจากการควบคุมของรัฐ หรือหากจะกล่าวอีกมุมหนึ่งก็จะเห็นว่า การที่รัฐไม่ควบคุมและสอดส่องนั้นเป็นการดีต่อหมอลำ ทำให้วัฒนธรรมเป็นไปตามกลไกของตัวมันเอง พร้อมกับทำให้หมอลำสามารถสื่อสารกับคนทั่วโลกได้และได้ยินเสียงหมอลำอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก

โลกกับหมอลำ

ข้อมูลในส่วนนี้เรียบเรียงมาจากการสังเกตการของผู้เขียนที่คลุกคลีอยู่ในวงการเพลงนอกระแสวิงการเพลงทางเลือก ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมความบันเทิงของชาวอีสานมีอิทธิพลต่อการเพลงทางเลือกเหล่านี้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้ว่า ดีเจที่นำเพลงพื้นบ้านหรือหมอลำมานำเสนออย่าง Mabsai หรือรุ่นใหญ่ในการดนตรีเร็กเก้เมืองไทยอย่าง Kipi (แก๊ป นักร้องนำวงทีโบน) วงศรัราช ร็อคเกอร์ และวงออทิดสา หมอลำแบนด์ กลุ่มคนทำเพลงหรือค่ายเพลงจากต่างชาติที่นำหมอลำไปเป็นสินค้าอย่างจริงจัง จะเห็นมีแต่ Soundway Records ได้นำเพลงไทยในอดีตไม่ว่าจะเป็นบทเพลงลูกทุ่ง หรือหมอลำ ในช่วงทศวรรษที่ 1960 ไปทำแนวดนตรีใหม่ ในรูปแบบของดนตรีแนวแจ๊ส พังก์ และ ร็อค ด้วยว่าเพลงลูกทุ่งและหมอลำของไทยในยุคดังกล่าว ได้รับอิทธิพลจากแนวเพลงตะวันตก เพลงเหล่านี้ถูกนำมาขายในรูปแบบแผ่นเสียง และเป็นที่ตั้งใจของดีเจรุ่นใหม่ที่แสวงหาความแปลกใหม่ในการเปิดแผ่นเสียงตามสตูดิโอ ณ สถานที่บันเทิงในเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก สำหรับกลุ่มดีเจและคนทำเพลงหรือดนตรีทางเลือกในเมืองไทยที่นำหมอลำและดนตรีอีสานมาปรับทำนอง เพื่อสร้างรูปลักษณ์การนำเสนอใหม่ให้ดูร่วมสมัยมากขึ้น ที่โดดเด่นในปัจจุบันปรากฏเด่น ๆ 3 ท่าน ได้แก่

1. Kipi (แก๊ป นักร้องนำวงทีโบน) นักร้องนำวงเร็กเก้ชื่อดังอย่างวงทีโบน นอกจากจะเป็นนักร้องนำของวงทีโบนแล้ว โครงการทางดนตรีส่วนตัวที่แก๊ปสนใจคือ ดนตรีแนว Dubstep ซึ่งเป็นแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีทำนองล่องลอยและ

หลอน แต่แก้ปนำเสียงของพิณและแคนมาผสมผสานในผลงานของเขา โดยในช่วงเริ่มแรกโครงการนั้นแก้เปิดเสียงพิณเสียงแคนจากเสียงที่บันทึกมา หลังจากนั้นจึงมีการนำนักดนตรีอีสานไม่ว่าจะเป็นพิณหรือแคนมาบรรเลงประกอบ การแสดงสด



ภาพที่ 1 การแสดงวงทิโตน

แหล่งที่มา : <https://www.benewsonline.com/home>

2. วงศรีราชา ร็อกเกอร์ในการแสดงดนตรี เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2564 ณ เทศกาลดนตรีStone free ณ จังหวัดกาญจนบุรี ได้มีการร่วมแสดงกับวงดนตรีอีสานร่วมสมัยอย่าง วงภูแคน โดยปกติแล้วนั้น วงศรีราชา ร็อกเกอร์ จะเล่นเพลงแนวด๊ับ เร็กเก้ (Dub reggae) แต่ในการแสดงครั้งล่าสุด ได้มีการนำเสียงหมอลำและดนตรีอีสานมาประกอบในการบรรเลงดนตรีด้วย โดยร่วมมือกับวงดนตรีอีสานร่วมสมัย ซึ่งเหตุที่เรียกว่าดนตรีอีสานร่วมสมัยนั้น เนื่องมาจากในอัลบั้มแรกที่วงดนตรีภูแคน ได้สร้างสรรค์ออกมา ปรากฏการแสดงทั้งลำกลอนในแบบดั้งเดิม เช่น ลำพิ่น ลำเพลิน ลำกลอน ลูกทุ่งหมอลำ และลูกทุ่งอีสาน ถือว่าเป็นการผสมผสานได้อย่างลงตัว และเป็นการนำเสนอหมอลำแบบทางเลือก (Alternative)



ภาพที่ 2 การแสดง วงศรีราชา ร็อกเกอร์

แหล่งที่มา : <https://www.sanook.com/music/2393457/>

3. ดีเจ Mabsai เป็นดีเจหน้าใหม่ในวงการดีเจเมืองไทย แต่ไม่หน้าใหม่ในวงการดีเจของประเทศอังกฤษ ด้วยว่า Mabsai เคยเป็นดีเจที่ประเทศอังกฤษมาก่อนที่จะกลับเมืองไทย โดยแนวเพลงที่นำมาเปิดนั้น ส่วนมากจะเป็นเพลงท้องถิ่นจากแอฟริกาใต้และอเมริกา เช่น เร็กเก้ เป็นต้น แต่เมื่อได้รับฟังหมอลำยุคเก่า ทำให้เกิดความหลงใหลในมนต์เสน่ห์ของหมอลำ เนื่องจากหมอลำในศตวรรษที่ 1960 - 1970 นั้น มีการนำทำนองและดนตรีสมัยนิยมจากตะวันตกมาปรับใช้ความมันความวุ่นแบบชาวอีสานได้เป็นอย่างดี Mabsai ได้เปิดค่ายเพลงชื่อว่า สุดแรงม้าเรคคอร์ด ในซอยสุขุมวิท 51 โดยนำหมอลำและเพลงลูกทุ่งยุคเก่า ตลอดจนเพลงพื้นเมืองจากแอฟริกาใต้มาบันทึกเสียงใหม่และเพิ่มสีสันทางดนตรีลงไป นอกจากนี้ยังมีการจัดคอนเสิร์ตขนาดเล็กโดยการเชิญหมอลำและนักร้องลูกทุ่งที่เคยโด่งดังในอดีต รวมถึงนักดนตรีอีสานชื่อดัง เช่น มือพิณอย่างอาจารย์คำเฒ่า เป็ดถนน หมอแคนอาจารย์ทองจันทร์ ศรีไชย อาจารย์สมบัติ สิมหล้า และอีกหลายท่านมาแสดงตามผับที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพฯ อีกทั้งเดินทางไปแสดงยังเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย ตลอดจนตามเทศกาลดนตรีต่าง ๆ ในยุโรป อเมริกาและออสเตรเลีย ดังตัวอย่างภาพด้านล่างที่เดินทาง

ไปทั่วคอนเสิร์ตในยุโรป



ภาพที่ 3 การแสดงวง Paradise Bangkok ของดีเจ Mabsai
แหล่งที่มา : <https://www.gqthailand.com/culture/article/modern-molam>

4. วงออทิตสา หมอลำแบนด์ เป็นวงที่นำเอาเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสาน มาบรรเลง เช่น พิณ แคน ซอ ร่วมกับเครื่องดนตรีสากล เช่น เบส กีตาร์ คีย์บอร์ด กลองชุด เป็นต้น โดยผสมผสานกับแนวเพลงดนตรีจากภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก ใช้แนวคิด “รื้อโครงสร้าง” ของดนตรีอีสาน มีการนำจังหวะของดนตรีสไตล์ต่าง ๆ อาทิ ร็อก เร้กเก้ ดิสโก้ ฟังก์ มาใช้ประกอบการบรรเลงเพลงแนวหมอลำ เพื่อให้เกิดวงดนตรีอีสานรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟัง เช่น บุคคลทั่วไป คนรุ่นใหม่ ให้เข้าใจและสัมผัสดนตรีอีสานได้อย่างซาบซึ้ง ดังตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 4 การแสดงวง วงออทิตสา หมอลำแบนด์
แหล่งที่มา : <https://www.msu.ac.th/msumagaz/smain/readpost.php?mid=34>

จากการอธิบายในกรณี โลกกับหมอลำ สามารถสะท้อนให้เห็นกระแสดนตรีทางเลือกในระดับโลกที่แสวงหาความเป็นต้นฉบับ และหากมองย้อนกลับมาที่หมอลำก็จะเห็นว่าความเป็นต้นฉบับของหมอลำนั้นคือการนำสิ่งอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นทำนอง เครื่องดนตรี แนวการสร้างสรรค์เสียงแบบใหม่ มารับใช้ตรรกะของหมอลำเอง ซึ่งตรรกะของหมอลำนั่นก็คือ “อะไรก็ตามที่คนอีสานพอใจใส่” นอกจากนี้ เหตุการณ์ที่หมอลำสามารถเดินทางไปแสดงยังต่างประเทศได้โดยไม่ต้องผ่านการสนับสนุนของภาครัฐนั้น สามารถสะท้อนให้เห็นอำนาจ (Autonomy) ของหมอลำเองที่มีอิสระในตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้แล้วจึงเป็นผลให้รัฐได้พยายามที่จะเข้ามาจัดการ และควบคุมหมอลำผ่านนโยบายทางวัฒนธรรมต่าง ๆ อย่างที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน

บทสรุป

จะเห็นได้ว่า “หมอลำ” มีบทบาทสำคัญต่อผู้คนทั้งชาวอีสานและชาวลาว ด้วยความสามารถในการปรับตัวของการแสดงหมอลำซึ่งเป็นลักษณะเด่นดังที่กล่าวไปข้างต้นนั้น พบว่า ในปัจจุบันวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้านประเภทหมอลำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดนตรีกระแสหลักของประเทศไทยมากกว่าอดีต มีการปรับตัวในหลายลักษณะ เช่น รูปแบบการนำเสนอ การประชาสัมพันธ์ เครื่องดนตรี การขับร้อง และบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งจากปัจจัยข้างต้นทำให้สามารถเข้าใจถึงบริบททางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และรสนิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีเนื่องจากนี้ หมอลำยังเป็นที่ต้องการของกลุ่มคนชาวลาวและชาวอีสาน ที่อยู่ทั่วทุกมุมโลก โดยนำไปแสดงในประเทศต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลายให้หายคิดถึงบ้านเกิดเมืองนอนจนทำให้หมอลำเกิดตลาดผู้บริโภคที่กว้างกว่าการแสดงอย่างอื่นในบางพื้นที่ อย่างเช่น เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย ต้องมีหมอลำไปแสดงทุกเดือนในร้านอาหารไทยหรือผับที่มีคนไทยและคนลาวไปเที่ยว (เสา วีระวงศ์, 2560) นอกจากนี้

นี้ยังทำให้กลุ่มชาวต่างชาติที่มีเพื่อนหรือมีครอบครัวที่เป็นคนลาวและคนอีสานหันมาฟังหมอลำเพิ่มมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าหมอลำกำลังปรับตัวทั้งรูปแบบการนำเสนอ ดนตรี และอื่น ๆ เพื่อให้ชาวต่างชาติฟังแล้วเข้าใจมากขึ้นหมอลำจึงกลายเป็นดนตรีทางเลือกสำหรับชาวต่างชาติมากขึ้น อาจจะเป็นด้วยจังหวะที่สนุกสนาน หรือตามกระแสตลาดของผู้ฟังที่เพิ่มมากขึ้นในต่างประเทศ จึงกล่าวได้ว่าหมอลำกำลังเข้าไปอยู่ในวิถีการใช้ชีวิตของคนบางกลุ่มในต่างประเทศเสมือนเป็นการปรับตัวของหมอลำเพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21

บรรณานุกรม

- ฉลาด ส่งเสริม. (10 กันยายน 2560). *สัมภาษณ์. ศิลปินแห่งชาติ. สัมภาษณ์.*
ดีเจ Mabsai. (2561). *ข้อมูลการทัวร์คอนเสิร์ตยุโรป ดีเจ Mabsai สุดแรงมาแล้ว.*
สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.gqthailand.com/culture/article/modern-molam>.
- นคร พงษ์ภาพ. (29 ตุลาคม 2560). *นักแต่งเพลง. สัมภาษณ์.*
พิสุทธิลักษณ์ บุญโต และคณะ. (2556). *โครงการวิจัยข้อมูลเพื่อจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมอลำ. กรุงเทพมหานคร: จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม.*
- วงออทิดสา หมอลำแบนด์. (2564). *ข้อมูลการจัดตั้งวงออทิดสา หมอลำแบนด์.*
ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.msu.ac.th/msumagaz/smain/readpost.php?mid=34>.
- วงศรีราชา ร็อกเกอร์. (2564). *เทศกาลดนตรี Stone free ณ จังหวัดกาญจนบุรี.*
ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.sanook.com/music/2393457/>.
- วงทีโบน Kipi (แก้ว นักร้องนำวงทีโบน). (2552). *ข้อมูลการแสดงดนตรีวงทีโบน.*
ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.benewsonline.com/home>.



สนอง คลังพระศรี. (2554). *แคน: ระบบเสียงและทฤษฎีการบรรเลง*. วิทยานิพนธ์.
ปร.ด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

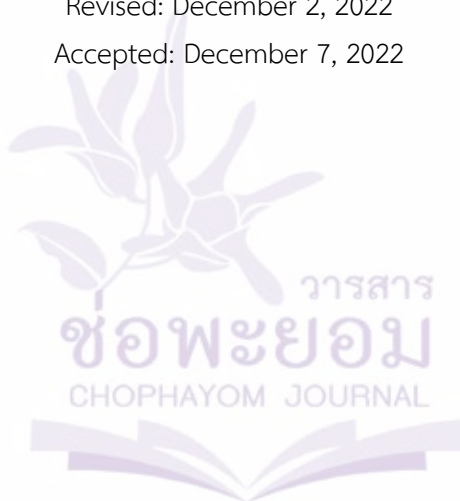
บทวิจารณ์หนังสือ : ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่
Book Review : Language in Modern Society and Culture

วิเชษฐชาย กมลสัจจะ¹
Wichetchay Kamonsujja¹

Received: October 24, 2022

Revised: December 2, 2022

Accepted: December 7, 2022



¹สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมนังคศิวรรณภูมิ

Language Division, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University
of Technology Suvarnabhumi

(Email: Wichetchay_jimmy@hotmail.com)



ชื่อหนังสือ : ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่

ผู้เขียน : วรวรรณ ศรีयाกัย

จัดพิมพ์โดย : สำนักพิมพ์เดอะบุคส์พลัส

จำนวนหน้า : 251 หน้า

ปีที่พิมพ์ : 2565

ISBN 978-616-590-901-3

เนื้อหา

หนังสือเรื่อง “ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” ของ วรวรรณ ศรีयाกัย เป็นหนังสือที่เขียนขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นตำราเรียน สำหรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ตั้งชื่อตามรายวิชา 144342 ภาษาในบริบทสังคมและ

วัฒนธรรมใหม่ (Language in Modern Society and Culture) 3(3-0-6) มีคำอธิบายรายวิชาว่า “ธรรมชาติของภาษา ลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญของภาษา หน้าที่และบทบาทของภาษา ความสัมพันธ์ของภาษากับสังคม ความสัมพันธ์ของภาษากับวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงของภาษา โลกทัศน์ ปริชาณ ความหลากหลายทางภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน +3” (คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, 2561) เนื้อหาของหนังสือเล่มนี้จึงครอบคลุมเนื้อหาภาษารายวิชาและประเด็นภาษากับสังคมในทุกมิติ

ดร. วรวรรณ ศรียาภัย ตำแหน่งรองศาสตราจารย์ สังกัดคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา มีความเชี่ยวชาญในด้านภาษาและวรรณกรรมไทย มีผลงานเขียนด้านวิชาการ ตำรา และเอกสารประกอบการสอนเผยแพร่ในแวดวงวิชาการจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น เอกสารการสอนชุดวิชามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้แก่ “ทักษะการอ่าน” ชุดวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร, “หลักการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร” ชุดวิชาทักษะภาษาไทย, “การอ่านวิเคราะห์วิจารณ์” ชุดวิชาการอ่านภาษาไทย, “เสียงในภาษาไทย” ชุดวิชาลักษณะภาษาไทย, “ย่อหน้าและข้อความในภาษาไทย” ชุดวิชาลักษณะภาษาไทย, “ภาษาไทยถิ่นใต้” ชุดวิชาภาษาถิ่นและวรรณกรรมท้องถิ่นไทย, “วรรณกรรมท้องถิ่นภาคใต้” ชุดวิชาภาษาถิ่นและวรรณกรรมท้องถิ่นไทย หนังสือ ตำรา และเอกสารคำสอน อาทิ การเขียนเพื่อ การสื่อสาร, พุดให้สัมฤทธิ์ผล: หลักการและศิลป์วิธี, ภาษาศาสตร์ภาษาไทย, การเขียนเพื่อพัฒนาองค์กรฯ, การจัดประชุมและฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ, พัฒนาการภาษาไทย, ภาษาไทยสื่อสารพัฒนา และ ภาษา อักษร และวรรณกรรมไทยโบราณ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัย บทความวิจัย บทความวิชาการอีกจำนวนมาก ซึ่งผู้เขียนใช้ทั้งประสบการณ์และความเชี่ยวชาญทางด้านวิชาการสร้างสรรค์ตำราเล่มนี้ขึ้นด้วยวิริยภาพ

หนังสือเรื่อง “ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” ของ วรวรรณ ศรียาภัย นำเสนอเนื้อหาตามแผนการเรียนรู้และสอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา



มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็น 7 หน่วย คือ

หน่วยที่ 1 ธรรมชาติของภาษา

หน่วยที่ 2 ลักษณะสำคัญของภาษา

หน่วยที่ 3 ภาษากับสังคม

หน่วยที่ 4 ภาษากับวัฒนธรรม

หน่วยที่ 5 ภาษากับปริชนและโลกทัศน์

หน่วยที่ 6 การเปลี่ยนแปลงของภาษา

หน่วยที่ 7 ความหลากหลายของภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน +3

ในแต่ละหน่วยจะเริ่มต้นด้วย “บทนำ” เป็นการเกริ่นนำเพื่อทำความเข้าใจกับผู้อ่านในเบื้องต้น และเพื่อให้เห็นภาพรวมของสาระสำคัญที่จะกล่าวในลำดับต่อไป จากนั้นจึงเป็นส่วน “เนื้อหา” ที่ผู้เขียนเรียบเรียงประเด็นตามสารบัญและครอบคลุมคำอธิบายรายวิชา เมื่อจบในส่วนเนื้อหา ผู้เขียนจะสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาอย่างกระชับใน “บทสรุป” และส่วนท้ายของแต่ละหน่วยจะมีข้อคำถามท้ายบทเพื่อให้ผู้อ่านได้ทบทวนความรู้ด้วยตนเอง และมีการจัดทำเชิงอรรถเพื่อแสดงแหล่งที่มาของเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้เขียนใช้ในการอ้างอิงข้อมูล

ในหน่วยที่ 1 ธรรมชาติของภาษา ผู้เขียนนำเสนอความรู้เกี่ยวกับความหมายของภาษาในเชิงภาษาศาสตร์ ว่าเป็นเสียงพูดที่เป็นระบบ นำมาประกอบกันเป็นหน่วยภาษาระดับต่าง ๆ อาจใช้สัญลักษณ์ที่ตกลงร่วมกันสื่อความหมายในภาษา กล่าวถึงการกำเนิดของภาษาตามแนวคิดต่าง ๆ คือ 1) แนวคิดพระเจ้าสร้างภาษา 2) แนวคิดมนุษย์สร้างภาษา อาจเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น สังคมและแรงผลักดันจากสังคม การเปล่งเสียงตามภาวะอารมณ์ (bow wow theory) เสียงกระทบกันของสิ่งของ (ding-dong theory) การแสดงออกทางดนตรี (festal origin theory) การร้องเพลงขณะทำงาน (work chant or Yo-He-Ho theory) และภาษาสมองและช่องคอ และ 3) แนวคิดภาษาแรกมาจากเด็ก นอกจากนี้ยังกล่าวถึงวัฏจักรของภาษา อันมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ

คือ การเกิดขึ้น การตั้งอยู่ และการดับไปของภาษา

ลำดับต่อมาหน่วยที่ 2 ลักษณะสำคัญของภาษา เป็นความต่อเนื่อง เชื่อมโยงเนื้อหาสาระกับ หน่วยที่ 1 ที่ว่าด้วยธรรมชาติของภาษา เริ่มด้วยการ กล่าวถึงองค์ประกอบของภาษา ตั้งแต่ระดับเล็กที่สุดคือเสียง (phone, sound) มาสู่ระดับที่ใหญ่ขึ้น คือ หน่วยเสียง (phoneme) ตัวอักษร (letter) พยางค์ (syllable) คำ (word) วลี (phrase) ประโยค (sentence) ย่อหน้า (paragraph) และสัมพันธสาร (discourse) ซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอภาพแผนภูมิประกอบการ อธิบายเนื้อหาสาระในประเด็นนี้ด้วย กล่าวถึงลักษณะของภาษา มี 7 ลักษณะ คือ 1) ภาษามีระบบ สามารถจำแนกในภาพรวมได้ 2 ระบบ ได้แก่ ระบบในเสียง และระบบในความหมาย 2) ภาษามีความสมบูรณ์ในตัวเอง 3) ภาษาอาจงามไม่ จบสั้น 4) ภาษาเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน 5) ภาษาเป็นพฤติกรรม ทางสังคม มีนัยว่าภาษาเป็นเรื่องราวของการเรียนรู้จากบุคคลและสังคม มิได้ เป็นเรื่องทางสัญชาตญาณ 6) ภาษาสะท้อนสังคม และ 7) ภาษามีชีวิตและสังคม คือสามารถเกิด แก่ เจ็บ และตายได้ อีกทั้งภาษายังสามารถจำแนกเป็นกลุ่มตาม ปัจจัยทางสังคมได้อีกด้วย กล่าวถึงประเภทของภาษา โดยผู้เขียนจำแนกออก เป็น วจนภาษา และอวจนภาษา ในด้านอวจนภาษา ได้กล่าวถึงประเด็นที่ควร เข้าใจเบื้องต้น 2 ประเด็น คือ การจำแนกภาษาโลก และรูปลักษณะภาษาโลก ผู้ เขียนได้จำแนกภาษาโลกออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย 1) ภาษายุโรป 166 ภาษา 2) ภาษาเอเชีย 140 ภาษา 3) ภาษาแอฟริกา 705 ภาษา 4) ภาษาแถบ มหาสมุทร 750 ภาษา 5) ภาษาสหรัฐอเมริกา 700 ภาษา และ 6) ภาษายังมิได้ สำรวจ 48 ภาษา ส่วนรูปลักษณะภาษาโลก ผู้เขียนจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ภาษาที่มีวิถีชีวิตปัจจัย 2) ภาษาคำติดต่อ 3) ภาษาคำควมมาก พยางค์ และ 4) ภาษาคำโดด ในด้านอวจนภาษา จำแนก 7 ลักษณะ ประกอบ ด้วย 1) เทศภาษา 2) กาลภาษา 3) เนตรภาษา 4) สัมผัสภาษา 5) วัตถุภาษา 6) อาการภาษา และ 7) ปริภาษา กล่าวถึงตระกูลภาษา ให้รายละเอียด 3 ประเด็น

คือ ตระกูลภาษาโลก ตระกูลในภาษาอาเซียน +3 และตระกูลภาษาในประเทศไทย กล่าวถึงภาษาพูดและภาษาเขียน ตลอดจนกล่าวถึงภาษากลางและภาษาถิ่น และกล่าวถึงภาษาราชการและภาษามาตรฐาน

ส่วนหน่วยที่ 3 ภาษากับสังคม ผู้เขียนได้นำเสนอให้เห็นความสำคัญของภาษากับสังคม เมื่อจะทำความเข้าใจสังคม จึงต้องมีความเข้าใจภาษาอย่างถ่องแท้ด้วย ผู้เขียนกล่าวถึงสาระความรู้เกี่ยวกับภาษากับสังคม 8 ประการ คือ 1) ภาษากับวัย ซึ่งภาษาของแต่ละวัยจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เช่น ภาษาวัยเด็ก ภาษาวัยรุ่น ภาษาวัยผู้ใหญ่ และภาษาวัยชรา 2) ภาษากับเพศ เดิมแบ่งได้ 2 เพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง เมื่อสังคมพัฒนาเข้าสู่สมัยใหม่จึงมีภาษาของกลุ่มเพศทางเลือก หรือกลุ่มแอลจีบีทีคิวพลัส (LGBTQ+) 3) ภาษากับชนชั้นสังคม ซึ่งชนชั้นสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ภาษาสื่อสารและถ้อยคำที่จะต้องให้ถูกต้องเหมาะสม 4) ภาษากับถิ่นที่อยู่อาศัย เมื่อผู้คนในสังคมมีถิ่นที่อยู่อาศัยห่างไกลกันก็จะส่งผลให้ภาษาที่ใช้แตกต่างกันออกไป 5) ภาษากับชาติพันธุ์ในประเทศไทยสามารถจำแนกผู้คนได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มชาติพันธุ์ข่า กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง กลุ่มชาติพันธุ์บนเกาะและพื้นที่ทะเล และกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่ราบลุ่ม 6) ภาษากับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้เขียนได้กล่าวถึงวจนลีลา 5 ลีลา คือ วจนลีลาตายตัว วจนลีลาเป็นทางการ วจนลีลาหารือ วจนลีลาเป็นกันเอง และวจนลีลาสนิทสนม 7) ภาษากับกาลเทศะ คือ การใช้ภาษาให้เหมาะสมกับเวลาและสถานที่ รวมถึงบุคคล และ 8) ภาษากับจุดมุ่งหมายและวิธีการสื่อสาร จำแนกทำเนียบภาษา 3 ลักษณะ คือ ภาษาสามัญ ภาษาธุรกิจ และภาษาเชิงวิชาการ

ส่วนหน่วยที่ 4 ภาษากับวัฒนธรรม ผู้เขียนได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมว่าเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน โดยให้ความหมายของ “วัฒนธรรม” ว่า หมายถึง ความเจริญงอกงามหรือความเจริญในทางวิชาความรู้ โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุและวัฒนธรรม

ทางจิตใจ และกล่าวถึงสาระความรู้เรื่องภาษากับวัฒนธรรม 4 ประการ คือ 1) ภาษาในวัฒนธรรมรูปธรรม คือ ความเจริญงอกงามที่เห็นเป็นรูปร่าง หรือวัตถุ สิ่งของที่จับต้องได้ เช่น ประเพณีพิธีกรรม การละเล่นและการกีฬา นาฏศิลป์และดนตรี งานสถาปัตยกรรม งานประติมากรรมและจิตรกรรม งานช่าง และงานอาหาร ทั้งนี้กระบวนการใช้ภาษาในวัฒนธรรมรูปธรรม มี 3 ขั้นตอน คือ สร้างองค์ความรู้ สื่อสารประกอบกิจกรรม และถ่ายทอดความรู้ 2) ภาษาในวัฒนธรรมนามธรรม คือ สิ่งที่ไม่จับรูป ซึ่งภาษาเป็นวัฒนธรรมนามธรรมอย่างหนึ่ง ลักษณะของภาษาในวัฒนธรรมนามธรรมประกอบด้วย 3 ประการ คือ ภาษาศักดิ์สิทธิ์ มงคลนาม และภาษาเสาวพจน์ 3) ภาษาในวัฒนธรรมวรรณศิลป์ เกิดจากชั้นเชิง หรือฝีมือในศิลปะการใช้ภาษา 3 ระดับ คือ เสียง คำกับถ้อยคำ และความหมาย 4) ภาษาในวัฒนธรรมการสื่อสาร ผู้เขียนกล่าวถึงเนื้อหาสำคัญ 2 ประการ คือ ระดับภาษา และภาษาเฉพาะกิจ

ส่วนหน่วยที่ 5 ภาษากับปริชานและโลกทัศน์ เป็นการใช้ภาษาในการเรียนรู้โลกจนกระทั่งก่อเกิดปัญญา และใช้ภาษาเพื่อเป็นเครื่องมือทำความเข้าใจโลก ผู้เขียนนำเสนอสาระสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ภาษากับปัญญา มีการให้ความหมายของปัญญา บ่อเกิดของปัญญา และกระบวนการสร้างสรรค์ปัญญา โดยใช้หลักธรรมเข้ามาอธิบายเชื่อมโยง 2) ภาษากับปัญญา ภาษาทุกภาษาประกอบด้วยคำและถ้อยคำมีความหมายปริชาน คือ ความหมายหลักของคำ หรือถ้อยคำที่มีอยู่ในระบบความรู้ของเจ้าของภาษา ผู้เขียนให้รายละเอียดเนื้อหาว่าด้วยภาษากับปริชาน 2 ประการ คือ ภาษากับการสร้างมโนทัศน์ และการรับรู้ความหมายผ่านภาษา และ 3) ภาษากับโลกทัศน์ คือ วิธีการมองโลกของคนในสังคม ซึ่งมีภาษาเป็นหลักฐานสำคัญที่สะท้อนวิธีคิด ผู้เขียนกล่าวถึงสาระสำคัญ 2 ประการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับโลกทัศน์ และลักษณะภาษาโลกทัศน์

สำหรับหน่วยที่ 6 การเปลี่ยนแปลงของภาษา ผู้เขียนนำเสนอสาระ

สำคัญในบทนี้ 3 ประการ คือ 1) การเกิดขึ้นของคำ มีกระบวนการ 2 ลักษณะ ประกอบด้วย การสร้างคำใหม่ และการยืมคำ 2) การตั้งอยู่ของคำ ผู้เขียนแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นการตั้งอยู่ของคำที่มีการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงด้านเสียง การเปลี่ยนแปลงด้านรูปทางเสียงและอักขรวิธี และการเปลี่ยนแปลงด้านความหมาย และ 3) การดับไปของคำ หรืออาจเรียกลักษณะนี้ว่า การสูญศัพท์ (loss vocabulary) มี 2 ประการ คือ การดับไปแต่สันนิษฐานได้ และการดับไปโดยสิ้นเชิง

และหน่วยสุดท้าย คือ หน่วยที่ 7 ความหลากหลายของภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน+3 เนื้อหาในบทนี้ผู้เขียนนำเสนอเกี่ยวกับความหลากหลายทางภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน +3 ประกอบด้วย บรูไนฯ กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย เมียนมา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ไทย รวมทั้งจีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น กล่าวถึงเนื้อหาสาระสำคัญ 3 ประการ คือ 1) นานาภาษาในประเทศไทย จำแนกได้เป็น 4 ตระกูล ได้แก่ ภาษาตระกูลไท-กะได ภาษาตระกูลชิโน-ทิเบตัน ภาษาตระกูลมอญเขมร และภาษาตระกูลมาลาโย-โพลีเนเซียน 2) นานาภาษาในอาเซียน +3 จำแนกได้ 6 ตระกูล ได้แก่ ภาษาตระกูล อินโด-ยูโรเปียน ภาษาตระกูลชิโน-ทิเบตัน ภาษาตระกูลอูรัล-อัลตาอิก ภาษาตระกูลมอญ-เขมร ภาษาตระกูลมาลาโย-โพลีเนเซียน และภาษาตระกูลไท-กะได และหากจำแนกภาษาในกลุ่มอาเซียน +3 โดยใช้ภาษาราชการเป็นเกณฑ์ มี 13 ภาษา คือ ภาษามลายู ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาเขมร ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาลาว ภาษาพม่า ภาษาฟิลิปปิน ภาษามิฟ ภาษาเวียดนาม ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น และภาษาไทย และ 3) ภาษาอาเซียน +3 เพื่อการสื่อสาร ผู้เขียนได้กล่าวถึงความรอบรู้เกี่ยวกับคำและถ้อยคำของภาษาอาเซียน 4 ประการ คือ คำกล่าวสวัสดิ์-ขอบคุณ คำนับจำนวน คำเรียกชื่อวัน และคำเรียกชื่อเดือน

บทวิจารณ์

“ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” เล่มนี้ ดังที่ผู้วิจารณ์ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้นว่า ผู้เขียนใช้ทั้งประสบการณ์และความเชี่ยวชาญทางด้านวิชาการสร้างสรรค์ตำราเล่มนี้ขึ้นด้วยวิริยะอุตสาหะ ที่สำคัญผู้วิจารณ์ได้มีโอกาสเป็นผู้ตรวจพิสูจน์อักษรต้นฉบับหนังสือเล่มนี้ จึงได้เห็นเบื้องหลังก่อนที่จะตีพิมพ์เผยแพร่ กล่าวได้ว่าผู้เขียนมีความตั้งใจที่จะสร้างสรรค์หนังสือเล่มนี้ออกมาอย่างแท้จริง

รูปเล่มของหนังสือเล่มนี้มีขนาด 16 หน้ายก หรือเป็นแบบพ็อกเก็ตบุ๊ก (Pocket Book) ขนาดของหนังสือจึงมีความเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน และพกพาไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ แตกต่างจากตำราเรียน หรือเอกสารการสอนทั่วไป ส่วนรูปลักษณ์ปกของหนังสือออกแบบทันสมัยและมีสีสันสดใสน่าอ่าน

ความน่าสนใจของหนังสือเล่มนี้คือ หนังสือเล่มนี้แม้เขียนขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยาได้ศึกษาในรายวิชา 144342 ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมใหม่ (Language in Modern Society and Culture) 3(3-0-6) แต่ผู้วิจารณ์ได้มีโอกาสอ่านอยู่หลายรอบพบว่า หนังสือเล่มนี้ผู้เขียนนำเสนอเนื้อหาออกมาในรูปแบบ “สารคดีวิชาการ” มากกว่าตำราเรียนทั่วไป ซึ่งผู้เขียนใช้ทั้งภาษาเชิงวิชาการ และภาษาวรรณศิลป์ ในการนำเสนอรายละเอียดเนื้อหา ไม่ได้นำเสนอเพียงเรื่องภาษาศาสตร์อย่างแห้งแล้ง แต่พยายามรวบรวมสวัสดิกานำเสนอให้เกิดความน่าสนใจ ที่สำคัญมีการยกตัวอย่างเหตุการณ์ใกล้ตัวหรือสิ่งที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวันมาประกอบการอธิบาย เช่น ภาพตัวอย่างจากสื่อต่าง ๆ แสดงภาพตัวอย่างที่อยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน ยกตัวอย่างด้วยกวีนิพนธ์ เพลง วรรณกรรม ฯลฯ บางตัวอย่างมีความจำเพาะแตกต่างจากหนังสือเล่มอื่น ๆ จึงได้ทั้งสาระความรู้ และความเพลิดเพลินไปพร้อมกัน คุณลักษณะของหนังสือเรื่อง “ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” ของ วรวรรธน์

ศรียาภัย สอดคล้องกับลักษณะของสารคดีวิชาการดังที่ วิไลลักษณ์ เล็กศิริรัตน์ (2539) กล่าวว่า

“สารคดีวิชาการ เป็นสารคดีที่มีเนื้อหาเน้นหนักในการให้ความรู้ทางวิชาการ จึงมีลักษณะใกล้เคียงกับหนังสือตำรา มาก แตกต่างกันที่ศิลปะการเขียน ซึ่งชวนให้เกิดความเพลิดเพลินใจกว่า สารคดีวิชาการเป็นงานเขียนที่ต้องอาศัยการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในสาขาวิชาการแขนงใดแขนงหนึ่งแก่ผู้อ่านอย่างลึกซึ้ง...”

จากการนิยามสารคดีวิชาการข้างต้นจะเห็นว่า หนังสือเรื่อง “ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” มีลักษณะเป็นสารคดีวิชาการ โดยเฉพาะศิลปะการเขียนของผู้เขียนที่มุ่งเน้นให้ความรู้เชิงวิชาการและความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านไปพร้อมกัน นอกจากนี้ผู้เขียนมีการรวบรวมข้อมูลและค้นคว้าอย่างกว้างขวางเห็นได้จากการอ้างอิงแบบเชิงอรรถในส่วนท้ายของแต่ละบท ซึ่งหากต้องการจะศึกษาแหล่งข้อมูลอื่น ๆ นอกจากหนังสือเล่มนี้ก็สามารถทำได้โดยง่าย ผู้วิจารณ์อยู่ในแวดวงวิชาการภาษาไทยพบว่า หนังสือที่นำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้มีอยู่จำนวนไม่น้อย แต่ความพิเศษของหนังสือเล่มนี้คือ ผู้เขียนปรับปรุง พัฒนาหนังสือให้มีความทันสมัยทันเหตุการณ์โลก เช่น การยกตัวอย่างภาพข่าวเหตุการณ์ปัจจุบัน การกล่าวถึงลักษณะการใช้ภาษาของกลุ่ม LGBTQ+ การยกตัวอย่างการสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์ เป็นต้น

จากที่กล่าวข้างต้นว่า ผู้เขียนมีการยกตัวอย่างที่น่าสนใจมาประกอบการอธิบาย และมีลีลาการใช้ภาษาที่สละสลวย แต่กระชับและเข้าใจง่าย บางบทผู้เขียนมีการสร้างศัพท์ใหม่ขึ้นมาเรียกเฉพาะ แต่เป็นการสร้างศัพท์ที่อนุมาณความหมายได้ง่ายและชัดเจนขึ้นกว่าศัพท์เดิม เช่น ภาษาทรานส์เจนเดอร์ ภาษาไบเซ็กชวล ภาษาศักดิ์สิทธิ์ มงคลนาม ภาษาเสาวพจน์ ความหมายยอริธรรม ธรรมชาตินามธรรม ธรรมชาติริูปธรรม เป็นต้น มีการเรียบเรียงเนื้อหาทั้ง 7 บทอย่างสอดคล้องกันเป็นเอกภาพ เนื้อหาหลายบทมีรายละเอียดกว้าง เช่น ลักษณะ

สำคัญของภาษา ภาษากับสังคม ความหลากหลายทางภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน+3 ผู้เขียนจึงประมวลความรู้และนำเสนอเฉพาะประเด็นสำคัญ มีการเปรียบเทียบลักษณะเหมือน ต่าง ของแต่ละภาษา โดยนำเสนอรูปแบบตารางอย่างเข้าใจง่าย ก่อนเริ่มแต่ละบทจะเกริ่นนำเป็นการทำความเข้าใจกับผู้อ่านก่อนเสมอ และท้ายของแต่ละบทก็จะมีการสรุปอย่างกระชับอีกครั้ง ทำให้ง่ายต่อการอ่านและง่ายต่อความเข้าใจ นอกจากนี้ในท้ายของแต่ละบทจะมีคำถามท้ายบท เป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้อ่านสามารถทบทวนความรู้ ความเข้าใจจากการอ่านในแต่ละบทได้ด้วยตนเอง และสามารถประเมินความรู้ของตนเองได้อีกด้วย ทั้งนี้อาจเกิดจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่มีผลงานทางวิชาการจำนวนมาก อีกทั้งเป็นครูผู้สอนมาอย่างยาวนาน หนังสือเล่มนี้จึงถูกพัฒนาขึ้นให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน และมีความทันสมัย เหมาะแก่ผู้เรียนและการเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน

สรุป

อาจกล่าวสรุปได้ว่า “ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่” ของ วรวรรณ์ ศรียาภัย เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาครอบคลุม ครบถ้วน และมีความทันสมัย อันเกิดจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้เขียน จุดเด่นที่สุดของหนังสือเล่มนี้คือ มีลักษณะเป็น “สารคดีวิชาการ” มากกว่าตำราวิชาการ กล่าวคือ ให้สาระความรู้ทางวิชาการเป็นหลัก มีการอ้างอิงแหล่งที่มาต่าง ๆ ไว้อย่างละเอียด แต่มีกลวิธีการนำเสนอที่มีศิลปะและมีวรรณศิลป์ จึงทำให้เกิดความเพลิดเพลินด้วยอีกทางหนึ่ง ส่วนขนาดของหนังสือมีความพอเหมาะสะดวกต่อการใช้งานและพกพา เหมาะแก่ผู้เรียนยุคใหม่เป็นอย่างยิ่ง แม้จุดประสงค์หลักของหนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นสำหรับเป็นตำราเรียนของนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ในรายวิชา 144342 ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมใหม่ (Language in Modern Society and Culture) แต่ผู้วิจารณ์ในฐานะที่เป็นอาจารย์ผู้สอนในระดับ



อุดมศึกษา และเป็นนิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาภาษาไทย ก็สามารถใช้งานหนังสือเล่มนี้ ทั้งในด้านการอ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ใช้อ้างอิงในการเขียนงานวิชาการด้านภาษาไทย และใช้เป็นข้อมูลในการสอนได้อีกด้วย หนังสือเล่มนี้จึงเป็นหนังสือที่มีคุณภาพในแวดวงวิชาการภาษาไทย เหมาะแก่ผู้ที่สนใจด้านภาษาไทย ในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่มีข้อมูลเป็นปัจจุบัน สามารถนำไปต่อยอดการวิจัยด้านภาษาในมิติต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา. (2561). *หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต*

สาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561. พะเยา: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.

ณภัทร เทพพรชนะ. (2551). *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชนานันท์ ตรงดี และคณะ. (2549). *วัฒนธรรมการใช้ภาษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วรวรรณ ศรียากย์. (2565). *ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่*. ปทุมธานี: เดอะ บุ๊คส์พลัส.

วิไลลักษณ์ เล็กศิริรัตน์. (2539). *เอกสารคำสอนชุดวิชา 1540203: การอ่านเพื่อชีวิต*. สงขลา: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา.

คำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์
วารสารช่อพะยอม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วารสารช่อพะยอมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีนโยบายส่งเสริมเผยแพร่ผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการและเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเชิงวิชาการ โดยมีขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ ผลงานที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องมีสาระเป็นงานที่ทบทวนความรู้เดิม หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งข้อคิดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ซึ่งอยู่ในรูปแบบงานเขียน 3 ประเภท คือ บทความวิชาการ บทความวิจัย และบทปริทัศน์หนังสือ ซึ่งจะต้องเป็นงานที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารใด ๆ บทความต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงตามที่กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิเห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อให้วารสารมีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล และนำไปอ้างอิงได้ ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งผลงานทางวิชาการเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จริยธรรมในการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

1.1 บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors)

1.1.1 ผู้นิพนธ์ต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และอื่น ๆ ของวารสารให้เข้าใจอย่างถูกต้องและท่วงแท้

1.1.2 ผู้นิพนธ์ต้องตรวจสอบความเรียบร้อยของบทความตนเองให้ดีกว่านี้ว่าได้เขียนบทความเป็นไปตามรูปแบบและองค์ประกอบที่วารสารกำหนด



ไว้หรือไม่

1.1.3 ผู้นิพนธ์ต้องส่งบทความผ่านหรือเข้าระบบแบบออนไลน์เท่านั้น

1.1.4 ผู้นิพนธ์ต้องมีจริยธรรมในตนเอง โดยจะต้องไม่แอบอ้างนำเอาบทความหรือผลงานของบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับการอนุญาต มาส่งเพื่อขอตีพิมพ์เผยแพร่

1.1.5 ผู้นิพนธ์ต้องมีจรรยาบรรณในตนเอง โดยจะต้องไม่นำบทความหรือผลงานของตนที่เคยตีพิมพ์มาแล้วจากแหล่งอื่น มาส่งเพื่อขอตีพิมพ์เผยแพร่ซ้ำซ้อนอีก

1.1.6 ผู้นิพนธ์ต้องปฏิบัติตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับที่วารสารกำหนดอย่างเคร่งครัด

1.1.7 หากผู้นิพนธ์ได้รับทราบผลหรือรับรู้ถึงผลการประเมินแล้ว ถ้าผ่านการพิจารณาโดยมีเงื่อนไขให้แก่บทความ ผู้นิพนธ์ต้องดำเนินการแก้ไขโดยเร็ว และต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างครบถ้วน

2. การเตรียมต้นฉบับ

2.1 ด้านภาษา เขียนต้นฉบับเป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ พร้อมทั้งบทความทั้ง 2 ภาษาการใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้ศัพท์และการเขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน คำศัพท์ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวเล็กทั้งหมด ยกเว้นชื่อเฉพาะถ้าต้นฉบับเป็นภาษาต่างประเทศควรได้รับการตรวจสอบความถูกต้องด้านการใช้ภาษาและการใช้สำนวนจากผู้เชี่ยวชาญภาษานั้นก่อน

2.2 การพิมพ์ จัดทำต้นฉบับบทความด้วยโปรแกรม Microsoft Word for Windows ตามข้อกำหนดการจัดพิมพ์ต้นฉบับบทความ

2.3 การส่งต้นฉบับบทความ (จัดพิมพ์หน้าเดียว) จำนวน 1 ชุด โดยส่งเข้าระบบวารสารช่อพะยอมออนไลน์

3. ประเภทของบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย

- 3.1.1 ชื่อเรื่อง (Title)
- 3.1.2 ผู้แต่ง (Author)
- 3.1.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล
- 3.1.4 บทคัดย่อ (Abstracts) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 3.1.5 คำสำคัญ (Keyword)
- 3.1.6 บทนำ (Introduction)
- 3.1.7 วัตถุประสงค์ (Objective)
- 3.1.8 วิธีการศึกษา (Methodology)
- 3.1.9 ผลการศึกษา (Results)
- 3.1.10 สรุป (Conclusion)
- 3.1.11 อภิปรายผล (Discussion)
- 3.1.12 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)
- 3.1.13 บรรณานุกรม (Bibliography)

3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย

- 3.2.1 ชื่อเรื่อง (Title)
- 3.2.2 ผู้นิพนธ์ (Author)
- 3.2.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล
- 3.2.4 บทคัดย่อ (Abstracts) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 3.2.5 คำสำคัญ (Keyword)
- 3.2.6 บทนำ (Introduction)
- 3.2.7 เนื้อหา (Content)
- 3.2.8 บทสรุป
- 3.1.9 อภิปรายผล (Discussion)



3.1.10 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

3.1.11 บรรณานุกรม (Bibliography)

3.3 บทปริทัศน์หนังสือ ประกอบด้วย

3.3.1 ชื่อเรื่อง (Title)

3.3.2 ผู้นิพนธ์ (Author)

3.3.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล

3.3.4 ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือที่วิจารณ์พร้อมปก

3.3.5 บทปริทัศน์ (Review)

4. ข้อกำหนดการจัดพิมพ์ต้นฉบับบทความ

4.1 การจัดเค้าโครงหน้ากระดาษ ขนาด A4 ระยะขอบของหน้ากระดาษ ในแต่ละหน้ากำหนด ดังนี้ จากขอบบน 1.0 นิ้ว ขอบล่าง 1.0 นิ้ว ขอบซ้าย 1.0 นิ้ว ขอบขวา 1.0 นิ้ว

4.2 จำนวนหน้า จำนวนไม่เกิน 10 - 15 หน้า

4.3 ตัวอักษร TH Sarabun PSK เหมือนกันตลอดทั้งบทความ

4.4 รายละเอียดต่าง ๆ ของบทความกำหนด ดังนี้

4.4.1 ชื่อเรื่อง (Title)

1) ชื่อเรื่องภาษาไทย กำหนดกึ่งกลาง ขนาด 18 พอยต์
ตัวหนา

2) ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่) กำหนด
กึ่งกลาง ขนาด 18 พอยต์ ตัวหนา

4.4.2 ชื่อผู้นิพนธ์ (Author)

1) ชื่อผู้นิพนธ์ลำดับที่ 1 ทั้งภาษาไทยและอังกฤษกำหนด
ชิดขวา ขนาด 14 พอยต์ ตัวหนา และชื่อผู้นิพนธ์ลำดับถัดไป (ถ้ามี) ทั้งภาษาไทย

และอังกฤษ ตัวปกติ

2) ชื่อหน่วยงานของผู้นิพนธ์และอีเมลทั้งภาษาไทยและอังกฤษ กำหนดให้อยู่ด้านล่างของหน้าแรกตัวอักษรขนาด 14 พอยต์ ตัวปกติ ใต้ตอนท้ายของบทความในหน้าแรก

4.4.3 บทคัดย่อ (Abstract)

1) หัวข้อ บทคัดย่อ และ Abstract กำหนดให้ขีดซ้ายขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา

2) เนื้อความของบทคัดย่อภาษาไทยและบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) บรรทัดแรกจัดย่อหน้าโดยเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา และบรรทัดถัดไปกำหนดขีดซ้าย ตัวปกติ

4.4.4 คำสำคัญ (Keyword) ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เลือกใช้คำที่เกี่ยวข้องกับบทความ

4.4.5 การพิมพ์หัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย

1) หัวข้อใหญ่ กำหนดขีดซ้าย ขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา
2) หัวข้อย่อย จัดย่อหน้าเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว
ขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา

3) เนื้อความของแต่ละหัวข้อ บรรทัดแรกจัดย่อหน้าโดยเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว ขนาด 16 พอยต์ ตัวปกติ และบรรทัดถัดไปกำหนดขีดซ้าย

3.4.6 คำศัพท์ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน

3.4.7 ภาพและตารางประกอบ กรณีมีภาพหรือตารางประกอบ กำหนดการจัดพิมพ์ ดังนี้

1) ภาพประกอบและตารางประกอบทั้งหมดที่นำมาอ้างต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่น

2) ภาพประกอบจัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ

3) ชื่อภาพประกอบจัดอยู่ใต้ภาพ ใช้คำว่า “ภาพที่” ต่อด้วยหมายเลขภาพและข้อความบรรยายกำหนดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

4) ตารางประกอบจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

5) ชื่อตารางประกอบจัดอยู่ด้านบนของตาราง ใช้คำว่า “ตารางที่” ต่อด้วยหมายเลขตาราง และข้อความบรรยายตารางกำหนดชิดขอบซ้ายของหน้ากระดาษ ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

6) บอกแหล่งที่มาของภาพประกอบ ตารางประกอบ ที่นำมาอ้าง โดยพิมพ์ห่างจากชื่อภาพ หรือเส้นใต้ตาราง กำหนดเว้นระยะ 1 บรรทัด ขนาด 16 พอยต์ และบรรทัดกำหนดกึ่งกลางตัวอย่างภาพประกอบ ที่นำมาอ้างอิงและการบอกแหล่งที่มาของภาพดังตัวอย่าง



ภาพที่ 1 ตราสัญลักษณ์วารสารช่อพะยอม
ที่มา : อำพร แสงไชยา (2563)

ตัวอย่าง ตารางประกอบที่นำมาอ้างอิงและการบอกแหล่งที่มาของตาราง
ตารางที่ 1 แสดงคติสัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพจิตรกรรมฝาผนังถ้ำไพนต้อง

เรื่องราว/ภาพ	รูปสัญลักษณ์	ความ หมายสัญลักษณ์	ความหมายทาง พุทธศาสนา
ประวัติพระพุทธโคดม	อดีตพระพุทธเจ้า ชุก พระองค์	การเป็นตัวแทนของ พระพุทธเจ้าชุกพระองค์	ผู้รู้ ผู้ตื่น ผู้เบิกบาน
	ประสูติ	กาฬเกศ	การเกิดพุทธศาสนาของ พระพุทธเจ้า
	เสด็จออกบวช	การถือเพศเป็นนักบวชตามแบบ	การเข้าถึงธรรมขั้นเป็นความ หลุดพ้นจากทุกข์
	ตัดพระโมกี	คือการตัดมวณม	จุดเริ่มต้นของการตรัสรู้
	มารมาถวญ	สิ่งชั่วร้ายมาโจมตีเจ้าประโยค	การบำเพ็ญเพียรเพื่อหลุด พ้นจากมารทั้งภายใน
	ตรัสรู้	การรู้แจ้ง	การรู้แจ้งในอริยสัจ
	ปรินิพพาน	นิมิตการตายของ พระพุทธเจ้า	วินัย 5 เจริญผลตามไปตาม กาลเวลา

5. การอ้างอิงในเนื้อหาของบทความ

เป็นการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อหาบทความให้ใช้วิธีการอ้างอิง
แบบนาม-ปี (Author–date in text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง และปีที่พิมพ์
ไว้ข้างหน้า หรือข้างหลังข้อความ ที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความ
นั้น ดังนี้

ผู้แต่ง (ปีพิมพ์) หรือ (ผู้แต่ง, ปีพิมพ์)

5.1 การอ้างอิงชื่อบุคคลคนไทยให้ลงชื่อตัวและนามสกุล ส่วนชาวต่าง
ประเทศให้ลงเฉพาะชื่อสกุล



ตัวอย่างการอ้างอิง

ผู้แต่ง 1 คน

(อำพร แสงไชยา, 2563)

(Saengchaiya, 2020)

ผู้แต่ง 2 คน

(อภิชัย พันธเสน และปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2549)

(Savage & Longhurst, 2005)

ผู้แต่งมากกว่า 6 คน

(อมรา พงศาพิชญ์ และคณะ, 2549)

(Laudon et al., 2000)

5.2 ชื่อนิติบุคคล หน่วยงาน องค์กร ที่ทำเอกสารให้ระบุชื่อหน่วยงานตามที่ปรากฏ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547) (Thailand Productivity Institute, 2004)

6. การอ้างอิงท้ายบทความ

เป็นการอ้างอิงส่วนท้ายโดยรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในเนื้อความ พร้อมจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับอักษรของผู้แต่ง และให้ใช้การอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association Citation Style)

6.1 เอกสารอ้างอิงทุกลำดับที่ปรากฏอยู่ท้ายบทความต้องมีการอ้างอิงอยู่หรือกล่าวถึงในเนื้อหาของบทความ

6.2 จัดพิมพ์เรียงลำดับเอกสารอ้างอิงก่อน-หลัง ตามลำดับตัวอักษร กำหนดขีดขอบซ้ายของหน้ากระดาษ ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

6.3 หากรายละเอียดของเอกสารมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัด ให้พิมพ์ต่อบรรทัดไปที่ย่อหน้าแรก

กำหนดวันระยะจากขอบซ้ายของหน้ากระดาษ 7 ช่วงตัวอักษร (เริ่มพิมพ์ช่วงตัวอักษรที่ 8)

การพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความจะแตกต่างกันไปตามประเภทของเอกสารที่นำมาอ้างอิง ดังนี้

6.3.1 หนังสือทั่วไป

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ ครั้งที่พิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

อำพร แสงไชยา. (2559). *จิตรกรรมประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม:
อภิชาติการพิมพ์.

Streibel, B. J. (2015). *The manager's guide to effective meetings*.
NewYork: McGraw-Hill.

6.3.2 บทความในหนังสือ

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ)./
ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใด
ถึงหน้าใด)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สมศรี บุตรดี. (2555). *การรักษาภาวะจับหัดเฉียบพลันในเด็ก*.
ใน สมศักดิ์ โล่ห์เลขา,

ชลิรัตน์ ติเรกวัฒนชัย และ มนตรี ตูจินดา (บรรณาธิการ), *อิมมูโนวิทยา
ทางคลินิกและโรคภูมิแพ้*. (น. 99-103). กรุงเทพฯ: วิทยาลัย
กุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมารแพทย์แห่ง
ประเทศไทย.



6.3.3 วารสาร

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี,/เดือน)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/ เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่าง

ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ์. (2555,ธันวาคม). สีสันในสวนสวย (Brilliant Colors in the Beautiful Garden). *วารสารช่อพะยอม*, 23(1), 98-130.

6.3.4 หนังสือพิมพ์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี,/วันที่ เดือนที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อ หนังสือพิมพ์,/เลขหน้าที่ ปรากฏ.

ตัวอย่าง

ไตรรัตน์ สุนทรประภัสสร. (2540, 8 พฤศจิกายน). *อนาคตจีน-อเมริกา*. เดลินิวส์, น. 6.

6.3.5 รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อเอกสารรายงานการประชุม*. วัน เดือน ปีสถานที่จัดสถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

กรมวิชาการ. (2538). *การประชุมปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน*. 25-29 พฤศจิกายน 2538 ณ วิทยาลัยครูมหาสารคาม. จังหวัดมหาสารคาม.กรุงเทพฯ: กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

6.3.6 ปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์./ (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิตหรือวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต./
ชื่อมหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา)

ตัวอย่าง

วันวิภา ส่งเสริมศิลป์. (2556). การสร้างสรรค์ประติมากรรม
เครื่องปั้นดินเผา ชุดวิถีชนบทอีสาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).

6.3.7 เว็บไซต์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียน./ (ปีที่เผยแพร่)/ชื่อเรื่อง./ วันที่ทำการสืบค้น./ จาก URL

ตัวอย่าง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2551). พระราชบัญญัติคุ้มครอง
แรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2563,
จาก [http://www.labour.go.th/web image/images/law/
doc](http://www.labour.go.th/web image/images/law/doc).

6.3.8 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]./
ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่). / เลขหน้าที่ปรากฏ. (ใช้คำว่า [ข้อมูล
อิเล็กทรอนิกส์] สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า
[Electronic version] สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ)



ตัวอย่าง

Cadigan, J., Schmitt, P., Shupp, R., & Swope, K. (2011, January). *The holdout problem and urban sprawl: Experimental evidence*. *Journal of Urban Economics*. 69(1), 72. Retrieved from <http://journals.elsevier.com/00941190/journal-of-urban-economics/>

6.3.9 สัมภาษณ์

รูปแบบ

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี, วันที่ เดือน)./ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี).

ตัวอย่าง

ผุสดี กิจบุญ. (2563, 11 มิถุนายน). ประธานหลักสูตรสาขา
วิชาสิ่งแวดล้อมชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

7. การพิจารณา การประเมิน และการเผยแพร่บทความ

7.1 การตอบรับหรือปฏิเสธบทความ

กองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการพิจารณากลั่นกรองบทความขั้นต้น และแจ้งผลการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธบทความให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับความทราบ หากบทความมีรูปแบบหรือองค์ประกอบไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความที่วารสารกำหนด ฝ่ายประสานงานของวารสารจะส่งต้นฉบับบทความให้ปรับปรุงแก้ไขใหม่ โดยฝ่ายประสานงานจะทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ส่งบทความในทุกขั้นตอน ต้นฉบับบทความอาจได้รับการปฏิเสธหากไม่ได้คุณภาพ ไม่ตรงกับประเภทของบทความที่จะตีพิมพ์ หรือผู้เขียนบทความปฏิเสธไม่แก้ไขให้ตรงกับหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนดและส่งกลับคืนมาภายในเวลาที่กำหนดข้างต้น

7.2 การประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานนำต้นฉบับบทความที่ผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการแล้ว เสนอให้ผู้ประเมินพิจารณาบทความ (peer-reviewer) จำนวน 2 ท่าน ซึ่งกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการเป็นผู้เลือกจากผู้เชี่ยวชาญหรือเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่สอดคล้องกับเนื้อหาบทความ เป็นผู้พิจารณาให้ความเห็นขอการเผยแพร่บทความภายใต้เกณฑ์ประเมินบทความที่วารสารกำหนด โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับและไม่เปิดเผยชื่อ-นามสกุล รวมถึงหน่วยงานที่สังกัดทั้งของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ (double-blinded) จนกว่าต้นฉบับบทความจะได้รับการเผยแพร่ใช้เวลาพิจารณาแต่ละบทความประมาณ 1 เดือน

7.3 ผลการประเมินบทความ

บทความที่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมินบทความ ต้องได้รับผลการประเมินในระดับดี ดีมาก หรือดีเด่น ตามความเห็นของผู้ประเมินบทความทั้ง 2 ท่าน หากได้รับการพิจารณาว่าไม่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมินทั้ง 2 ท่าน ถือว่าบทความดังกล่าวไม่ผ่านการประเมินสำหรับบทความที่ไม่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมิน 1 ท่าน จากจำนวนทั้งหมด 2 ท่าน จะได้รับการประเมินจากผู้ประเมินท่านที่ 3 หากไม่ผ่านการประเมินอีกครั้งจึงถือว่าบทความดังกล่าวไม่ผ่านการประเมินผลการพิจารณาของผู้ประเมินบทความถือเป็นสิ้นสุดและเคร่งครัด โดยไม่มีการทบทวนบทความที่ไม่ผ่านการประเมิน ทบทวนระดับผลการประเมินอีกครั้ง หรือเปลี่ยนแปลงผู้ประเมินบทความใหม่ไม่ว่ากรณีใด

7.4 การแจ้งผลการประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานของวารสารจะส่งผลการประเมินของผู้ประเมินทุกท่านให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับผลการประเมินจากผู้ประเมินท่านสุดท้าย หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงจากผู้ประเมิน ให้ผู้ส่งบทความแก้ไขปรับปรุงแล้วนำส่งต้นฉบับบทความให้ฝ่ายประสานงานของวารสารภายใน



1 เดือน นับตั้งแต่วันที่ฝ่ายประสานงานแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้ส่งบทความไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงของผู้ประเมิน ให้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรชี้แจงรายละเอียดให้กองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการพิจารณา

7.5 การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมิน จะได้รับการพิจารณาอีกครั้งจากกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการ แต่เป็นการพิจารณาเฉพาะรูปแบบของบทความ การใช้ภาษา และการพิสูจน์อักษร จากนั้นฝ่ายประสานงานจะแจ้งข้อเสนอกองบรรณาธิการให้ผู้ส่งบทความแก้ไขปรับปรุง เมื่อการแก้ไขปรับปรุงเสร็จสมบูรณ์แล้ว ให้ถือว่าวันที่บรรณาธิการให้ความเห็นชอบแก้ไขบทความครั้งสุดท้ายเป็นวันแก้ไขบทความ และให้ถือว่าวันที่บรรณาธิการมีหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งการเผยแพร่บทความ เป็นวันตอบรับการตีพิมพ์บทความ

7.6 การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ได้รับหนังสือตอบรับการเผยแพร่จากบรรณาธิการวารสารแล้ว จะได้รับการเผยแพร่ผ่านระบบวารสารช่อพะยอมออนไลน์ (ThaiJO) ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) การเผยแพร่ให้เรียงลำดับก่อนหลังตามวันที่บรรณาธิการวารสารมีหนังสือแจ้งการตีพิมพ์ให้ผู้ส่งบทความทราบ ทั้งนี้ลำดับการเผยแพร่ให้เป็นไปอย่างเคร่งครัด โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือทบทวนไม่ว่ากรณีใด

