



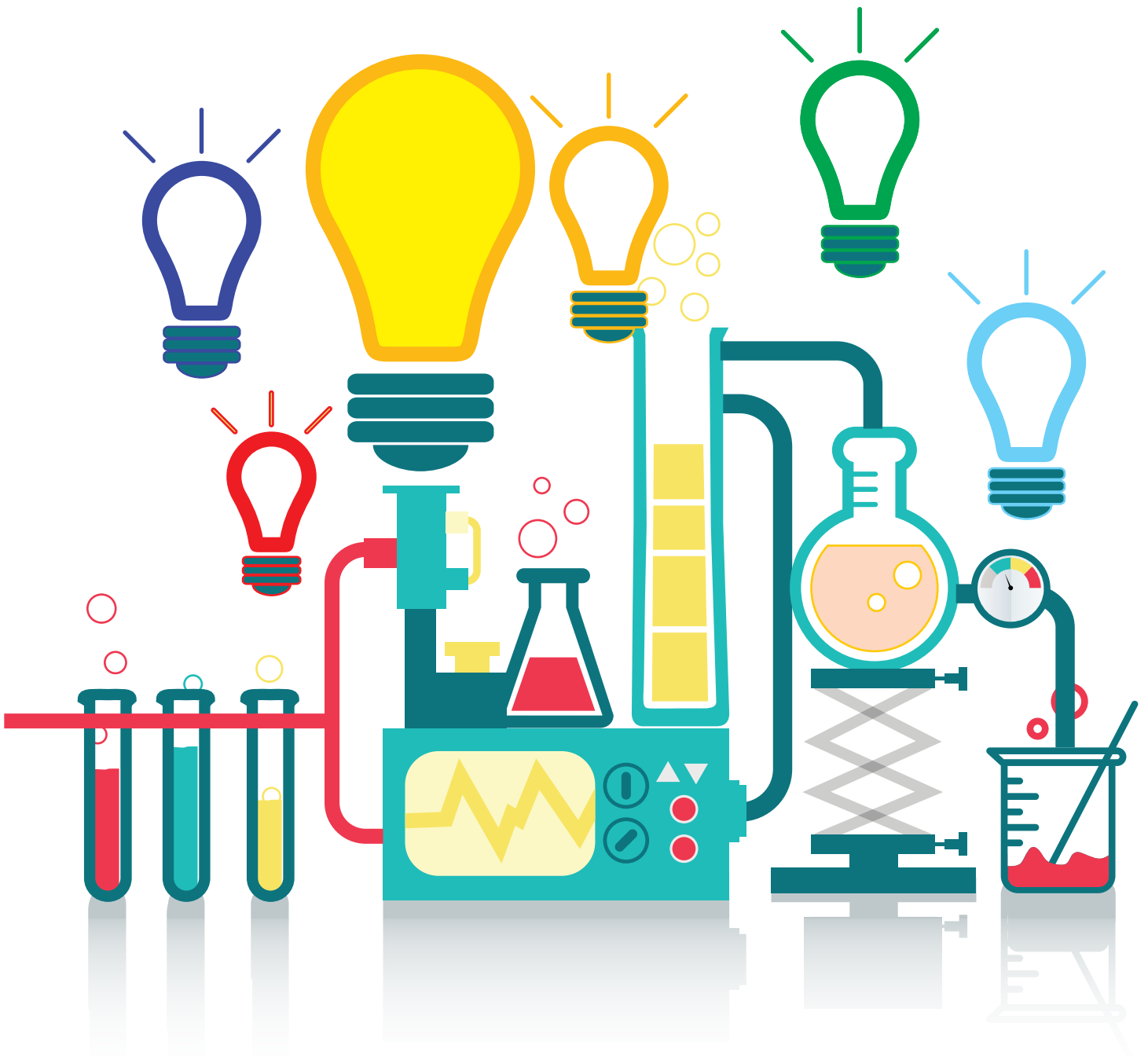
สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

การบูรณาการศาสตร์ในศตวรรษที่ 21

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ISSN 2465-4523

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1
ประจำเดือน ม.ค. - มี.ย. 2559



วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ISSN : 2465-4523

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั่วไป ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการ และบทความจากผลงานวิจัยในศาสตร์ทางด้าน สหวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั่วไป ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการศึกษา (Education) ค้นคว้า และวิจัย
3. เพื่อเป็นแหล่งกลางในการศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลและแหล่งวิทยาการความรู้ต่างๆ อันเป็นการเปิดโลกกว้างทางการเรียนรู้ แก่สาธารณชนทั่วไป

ปีที่พิมพ์	ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2559)
กำหนดออกวารสาร	ปีละ 2 ฉบับ มกราคม-มิถุนายน , กรกฎาคม-ธันวาคม
ครั้งที่พิมพ์/จำนวน	1/500 เล่ม
จำนวนหน้า	128 หน้า
จัดพิมพ์โดย	สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ชั้น 7 อาคาร 100 ปี ศรีสุริยวงศ์ 1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600 โทรศัพท์. 0-2473-7000 ต่อ 1600 , 1606 โทรสาร. 0-2473-7000 ต่อ 1601 เว็บไซต์: http://research.bsru.ac.th จดหมายอิเล็กทรอนิกส์: rdibsrinfo@gmail.com
พิมพ์ที่	บริษัท วังอักษร จำกัด 69/3 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600 โทรศัพท์. 0-2472-3293-5 โทรสาร. 0-2891-0742 เว็บไซต์: www.wangaksorns.com
ราคาเล่มละ	80 บาท

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ทุกบทความได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความ(Peer Review) อย่างน้อย 2 ท่าน ก่อนลงตีพิมพ์ในวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาและกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอกบทความเพื่อการศึกษาแต่ให้อ้างอิงแหล่งที่มาให้ครบถ้วนสมบูรณ์

สารบัญ

สารจากอธิการบดี	ก
บทบรรณาธิการ	ข
ภาค 1 บทความวิจัยและบทความวิชาการ	
① ความรู้และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจากโครงการฝึกอบรม เชิงปฏิบัติการ เรื่องการดับเพลิงขั้นก้าวหน้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจจา จิตรภิมย์ และอาจารย์ณาน ปัทมะ พลยง	1
② ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ จากการทำงานในโรงงานพลาสติกแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร อาจารย์ณาน ปัทมะ พลยง และคณะ	13
③ รูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก อาจารย์ ดร.จิตติวิสุทธิ วิมุตติปัญญา	25
④ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร อาจารย์สรพรพัชญ์ เจียรนานนท์	32
⑤ เชียงตุงกับบทบาทสำคัญทางการค้าล่านนาในราชวงศ์มังราย อาจารย์สทภัส อินทรีย์	39
⑥ ไทรเทอร์ชัน : หลักและการประยุกต์ใช้ อาจารย์ ดร.อาทิตยา สามณา	53
⑦ ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตสำหรับหม้อไอน้ำในโรงงานอุตสาหกรรม อาจารย์พรชัย พรฤทธิ์ และคณะ	62
⑧ พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชนในชุมชน นิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ อาจารย์ณภัทร เตียวิไล และคณะ	71
⑨ การตลาดแบบไวรัล เครื่องมือสำคัญในยุคการสื่อสารแบบดิจิทัล อาจารย์พิมพ์พิไล ไทพิทักษ์	79
⑩ กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกร : กรณีศึกษารายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์ อาจารย์สุเมธ บุญมะยา	93
ภาค 2 บทความปริทรรศน์	
● กลวิธีการใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจของนักการเมือง:กรณีศึกษาแกนนำฝ่ายคณะ กรรมการการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยอันสมบูรณ์โดยมีพระ มหากษัตริย์เป็นประมุข (กปปส) กับ แกนนำฝ่ายแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้าน เผด็จการแห่งชาติ (นปช) อาจารย์ ดร.ธรรณพพร หงษ์ทอง	108
คำแนะนำการตีพิมพ์บทความ	

สารจากอธิการบดี

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนาเป็นวารสารที่มีคุณภาพด้านวิชาการ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด และพัฒนาการต่างๆที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ตลอดจนความเคลื่อนไหวในแง่มุมต่างๆของวิทยาการอันหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการเปิดเสรีทางการศึกษาและสามารถเข้าถึงข้อมูลขององค์ความรู้อย่างไม่จำกัดนั้น การเผยแพร่บทความทางวิชาการจึงมีความสำคัญมาก โดยจะเป็นแหล่งความรู้ที่ผลักดันให้เกิดการบริการข่าวสารข้อมูลและองค์ความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ

สถาบันวิจัยและพัฒนาในฐานะเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนทางวิชาการได้เล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่งานวิชาการจึงได้จัดทำวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนาขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษา และเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของนักวิชาการให้พัฒนาเรื่อยๆขึ้นไปอีกด้วย

สิ่งที่พึงตระหนักและพัฒนาควบคู่ไปกับวิชาการ คือ ความมีศีลธรรมและจรรยาบรรณของความเป็นนักวิชาการ กล่าวคือ ต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างละเอียดถึงแหล่งปฐมภูมิ เคารพกฎกติกา และสิทธิของบุคคลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งรายงานผลการวิจัยหรือผลการศึกษาตามความเป็นจริงในเชิงสร้างสรรค์ วิพากษ์วิจารณ์อยู่บนฐานข้อมูล และหลักแห่งเหตุผล ที่สำคัญนักวิชาการต้องสามารถนำความรู้นั้นไปพัฒนาประเทศชาติอย่างสร้างสรรค์ และเทิดทูนไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา เกณฑ์มา)

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บทบรรณาธิการ

วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา ฉบับนี้เป็น ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ เป็นฉบับปฐมฤกษ์ ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน 2559 ทางทีมงานกองบรรณาธิการได้จัดพิมพ์บทความวิจัยและบทความวิชาการ ของนักวิชาการ รวมทั้งหมด 10 เรื่อง ตลอดทั้งบทวิจารณ์หนังสือท้ายเล่ม ซึ่งนักวิชาการแต่ละท่านก็ได้นำเสนอแนวคิด และ มุมมองของตนอย่างอิสระ ประกอบกับหลักฐานข้อมูลที่นำเสนอ เชื่อถือ จึงกล่าวได้ว่าเนื้อหาสาระของวารสารฉบับนี้ มีคุณภาพทางวิชาการอันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่านอย่างเพียงพอ ประกอบด้วย นักวิชาการดังต่อไปนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจจา จิตรภิมย์ และ อาจารย์ ฌาน ปัทมะ พลอย ได้นำเสนอบทความ เรื่อง **ความรู้และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจากโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การดับเพลิงขั้นก้าวหน้า** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ เพื่อประเมินความรู้และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการดับเพลิงขั้นก้าวหน้า จำนวน 42 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาในสาขาอาชีพช่างยนต์และความปลอดภัย และนักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย ที่จัดขึ้นในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบทดสอบและแบบสำรวจความพึงพอใจ ซึ่งการป้องกันและลดความเสี่ยงด้านการเกิดอัคคีภัยจำเป็นต้องจัดให้มีแผนการอบรมโดยกำหนดผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ และงบประมาณ เพื่อเป็นปัจจัยเสริมให้การวางแผนมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่นอันส่งผลต่อการลดการสูญเสียชีวิต ทรัพย์สินและชื่อเสียงนั่นเอง

อาจารย์ฌาน ปัทมะ พลอย, นายเกียรติชัย ต้องตรงทรัพย์, นายปิยะนัฐ ไพโรจน์ และ นายกิตติธัช โชติศิวานาท ได้นำเสนอบทความเรื่อง **ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานในโรงงานพลาสติกแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ การวิจัยภาคตัดขวางครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานในโรงงานผลิตพลาสติกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีผลการทดสอบความเที่ยงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทัศนคติและพฤติกรรม เท่ากับ 0.712 และ 0.834 ตามลำดับ ความยากง่ายของความรู้เท่ากับ 0.2-0.8 ค่าอำนาจจำแนก มากกว่า 0.2 ในทุกข้อ ขนาดตัวอย่างหาค่าสัดส่วนตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of thumb) เท่ากับ 37 คน ใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างตามทะเบียนรายชื่อของพนักงาน วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน Chi-square และ Pearson's correlation อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และระดับความรู้ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ ดังนั้น ควรเน้นจัดกิจกรรมความปลอดภัย เพื่อสร้างแรงจูงใจ สื่อสารโดยใช้ภาพประกอบสร้างการคิดทัศนคติมากกว่าการบรรยายให้ความรู้ และควรเฝ้าระวังติดตามพฤติกรรมความปลอดภัยพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง

อาจารย์ ดร.จิตติวิสุทธิ์ วิมุตติปัญญา ได้นำเสนอบทความเรื่อง **รูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก และ 2) สร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ลง

เรียนวิชาการจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Management and Environment for Learning) รหัสวิชา 1001302 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 250 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติขั้นสูง แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .85 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าไค-สแควร์ องศาอิสระ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า และน้ำหนักองค์ประกอบ

อาจารย์สรพัตย์ เจียรนานนท์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ไทย เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ และเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการชมภาพยนตร์ไทยไม่ต่างกัน ประชาชนส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทย 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะเลือกชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และอาทิตย์ แนวภาพยนตร์ที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ชอบตลกขบขัน ประชาชนส่วนใหญ่รับการสื่อสารด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด องค์ประกอบด้านที่ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกชมมากที่สุด คือ ดารานำแสดง และผู้กำกับการแสดง สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์อย่างมากในการเลือกชม โดยปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการเดินทางของการมาชมภาพยนตร์

อาจารย์สหัส อินทรีย์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง **เชิงตุ้งกับบทบาทสำคัญทางการค้าล้านนาในราชวงศ์มังราย** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ เมืองเชียงตุงเป็นหนึ่งในบรรดาเมืองที่พญามังรายสร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการสถาปนาอาณาจักรล้านนาของพระองค์ เชียงตุงมีความสำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรก สร้างเพื่อให้เป็นเมืองหน้าด่านป้องกันดินแดนทางตอนเหนือ ประการที่สอง สร้างขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าของอาณาจักร ความสำคัญทางการค้าของเชียงตุงฐานะศูนย์กลางทางการค้าระหว่างเมืองทางตอนเหนือของอาณาจักรล้านนาตลอดจนค้าขายกับพ่อค้าชาวจีน มีเส้นทางการค้าโบราณที่ค้าขายจากดินแดนตอนใต้ของจีนลงมายังเชียงตุง เชียงใหม่ ตลอดจนถึงเมืองเมาะตะมะ สินค้ามีการหมุนเวียนในระบบการค้าเป็นจำนวนมาก เชียงตุงจึงสำคัญในฐานะเมืองหน้าด่านและศูนย์กลางการค้า ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวทางการค้าในยุคหลังราชวงศ์มังรายปกครองล้านนา

อาจารย์ ดร. อาทิตยา สามณา ได้นำเสนอบทความเรื่อง **ไทเทรชัน: หลักการและการประยุกต์ใช้** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่หลักการไทเทรชัน และการนำไทเทรชันไปใช้ประโยชน์สำหรับการทำปริมาตรวิเคราะห์ ไทเทรชันเป็นวิธีการวิเคราะห์พื้นฐานทางเคมี เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่สนใจในสารตัวอย่างมีความเข้มข้นหรือปริมาณเท่าไร ไทเทรชันอาศัยหลักการที่ง่าย และสามารถใช้อุปกรณ์พื้นฐานในห้องปฏิบัติการสำหรับการวิเคราะห์ โดยให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง และรวดเร็ว จึงถือเป็นวิธีการของเคมีพื้นฐานที่สำคัญอย่างยิ่ง ไทเทรชันเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่เหมาะสมสำหรับปฏิกิริยากรด-

เบส ปฏิบัติการตกตะกอน ปฏิบัติการเกิดสารเชิงซ้อน และปฏิปฏิกิริยารีดอกซ์ โดยมีการนำไทเทรชันมาประยุกต์ใช้สำหรับปริมาณวิเคราะห์มากมาย เช่น การหาปริมาณกรดแอสติกในน้ำส้มสายชู การหาปริมาณแมกนีเซียมออกไซด์ในยาลดกรด การหาปริมาณไอโอดีนในเกลือ และการวิเคราะห์สารประกอบเฟอร์โรไซยาไนด์ในเครื่องดื่มต่างๆ

อาจารย์พรชัย พรหฤทัย, นายบริพัตร ชาวโพรงพาง, นายรัชพล ชัยแก้วขวัญ และ นายจักรกฤษณ์ บุญภิกษะ ได้นำเสนอบทความเรื่อง **ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตสำหรับหม้อไอน้ำในโรงงานอุตสาหกรรม** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ งานวิจัยนี้ได้ศึกษาวิธีการดักจับสารมลพิษจำพวกฝุ่น เหมะควัน เถ้า และตะกอนที่เกิดขึ้นจากการเผาไหม้ของหม้อไอน้ำ หรือเตาบอยเลอร์ ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้หลักการทางไฟฟ้าสถิตในการดักจับสารมลพิษดังกล่าว ทั้งนี้ ชุดอุปกรณ์ดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ขั้วเก็บ ที่ทำจากท่อสแตนเลสขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 15 เซนติเมตร ความยาว 1 เมตร และขั้วปล่อย ประจุที่ออกแบบให้มีลักษณะทรงกระบอกเกลียวหมุน ทำหน้าที่สร้างประจุไฟฟ้าให้แก่อนุภาคของตะกอนด้วยการจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง ดังนั้น เพื่อหาระดับแรงดันไฟฟ้าที่ส่งผลต่อการดักจับตะกอนได้ดีที่สุด โดยปรับแรงดันไฟฟ้าในช่วง 0-14 กิโลโวลต์ ผลการทดสอบพบว่า ที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 0 กิโลโวลต์ มีน้ำหนักตะกอน 120 กรัม เมื่อทำการปรับแรงดันไฟฟ้าที่ระดับ 2 4 6 8 10 12 และ 14 กิโลโวลต์ ประสิทธิภาพในการดักจับตะกอนมีค่าเท่ากับ 78.31 79.34 81.13 92.08 79.67 79.63 และ 79.10 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 8 กิโลโวลต์ มีความเหมาะสมต่อการสร้างประจุไฟฟ้าให้กับอนุภาคของตะกอน จึงส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการดักจับตะกอนสูงที่สุด

อาจารย์ณภัทร เตียววิไล, นางสาวนิสา บุญแสง และ นางสาวสุภาวีย์ โหมมแพน ได้นำเสนอบทความเรื่อง **พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชนในชุมชนนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ การวิจัยเชิงสำรวจนี้ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชน ในชุมชนนิคมหนองบัว ต.หนองอีบุตร อ.ห้วยผึ้ง จ.กาฬสินธุ์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 108 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) ใช้สถิติเชิงพรรณนาหาความถี่ ค่าร้อยละและค่าความสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภค อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 58.3 และ 72.2 ตามลำดับ 2) พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 90.7 3) ภาวะสุขภาพของประชาชน อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 70.4 นอกจากนี้ พบว่า ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ ($P\text{-value} < 0.05$) ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้และทัศนคติกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นกระบวนการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย และควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีต่อไป

อาจารย์พิมพ์พิไล ไทพิทักษ์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง **การตลาดแบบไวรัล เครื่องมือสำคัญในยุคการสื่อสารแบบดิจิทัล** มีเนื้อหาโดยสรุปคือ บทความนี้เป็นการศึกษาถึงการตลาดแบบไวรัลที่มีการพัฒนามาจากการตลาดแบบปากต่อปาก อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้วงการสื่อสารการตลาดและการโฆษณาต้องมีการปรับวิธีการสื่อสารไปหาผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยบทความนี้ศึกษา 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความหมายหรือคำจำกัดความและลักษณะ

พื้นฐานของการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัส 2) เคล็ดลับในการทำการตลาดแบบไวรัสให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนข้อดี-ข้อเสียของการทำการตลาดแบบไวรัส และ 3) อิทธิพลของผู้นำทางความคิดที่มีต่อการตลาดแบบไวรัส

อาจารย์สุเมธ บุญมະยา ได้นำเสนอบทความเรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกร : กรณีศึกษารายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์ มีเนื้อหาโดยสรุปคือ การศึกษาเรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้วจนภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้วจนภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ 3) เพื่อศึกษารูปแบบการเป็นพิธีกรในประเภทรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ กล่าวโดยสรุปรายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์เป็นรายการประเภทวาไรตี้ที่เน้นความบันเทิงสนุกสนานมากกว่าการเน้นภาษา พิธีกรจึงมีกลวิธีการใช้ภาษาแบบเป็นกันเองตลอดการดำเนินรายการ ซึ่งผู้ที่มีความสนใจในการศึกษาวิเคราะห์รายการประเภทวาไรตี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการเตรียมความพร้อมในการเป็นพิธีกร



ความรู้และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจากโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง การดับเพลิงขั้นก้าวหน้า

Knowledge and Satisfaction of Participants in an Advanced Firefighting
Workshop Training Course

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจจา จิตรภิมย์,
อาจารย์ ฌาน ปัทมะ พลอย¹

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยนี้เพื่อประเมินความรู้และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการดับเพลิงขั้นก้าวหน้า จำนวน 42 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาในสาขาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และนักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย ที่จัดขึ้นในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบทดสอบ และแบบสำรวจความพึงพอใจ ผลการเปรียบเทียบผลการทดสอบระดับความรู้ของผู้เข้าร่วมอบรม พบว่าหลังการฝึกอบรมผู้เข้าอบรมสามารถทำแบบทดสอบได้เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ทั้งนี้ได้ทดสอบค่าความยากง่ายและค่าอำนาจการจำแนกของแบบทดสอบด้วย โดยมีระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมสูงกว่าเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 4.00 คะแนนซึ่งเป็นระดับความพึงพอใจมากในแทบทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ยกเว้นความพึงพอใจเฉพาะด้านความเหมาะสมด้านสถานที่ และเวลาที่มีค่าเฉลี่ยเป็น 4.14 แต่ถือว่ายังอยู่ในระดับความพึงพอใจมากทั้งนี้พบว่าแบบสำรวจความพึงพอใจทุกข้อมีค่าความเที่ยงมากกว่า 0.70

การป้องกันและลดความเสี่ยงด้านการเกิดอัคคีภัยจำเป็นต้องจัดให้มีแผนการอบรมโดยกำหนดผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ และงบประมาณ เพื่อเป็นปัจจัยเสริมให้การวางแผนมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่นอันส่งผลต่อการลดการสูญเสียชีวิต ทรัพย์สินและชื่อเสียงนั่นเอง

คำสำคัญ: ความรู้/อัคคีภัย/การอบรมเชิงปฏิบัติการ

¹ สาขาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Abstract

The aim of this study was to measure the knowledge and satisfaction of 42 student-respondents on workshop training in advanced firefighting course. Participants were undergraduate students from Occupational Health and Safety Program and Safety Science Program each were asked to accomplish a pre and posttest, to measure their level of knowledge and satisfaction before and after the workshop. After data gathering and statistical treatment, the difficulty and discriminant index increased and resulted to a high level of statistical significance ($p < 0.001$). The satisfaction level of the participants in all aspects were on an average of 4.00 points (the level of high satisfaction) with a high level of significance statistically ($p < 0.001$). With the exception of the 'satisfaction for suitability of the place and time' which was at an average score of 4.14, but was still considered a high level of satisfaction, the other aspects of the tests resulted to more than 0.70 significance.

In summary, an effective way to prevent and reduce the risk of fire casualties resulting to loss of life, wealth and status; a set of contributing factors should be considered and established, these are; having a suitable training plan with adequate time and budget and involvement of the responsible individuals.

Keywords: Knowledge and satisfaction/ Firefighting workshop/ Training

บทนำ

สาเหตุของการสูญเสียในการปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ อันตรายจากการสัมผัสสารเคมีที่เป็นพิษ การระเบิดของสารเคมี และการเกิดอัคคีภัยซึ่งต่างจากความสูญเสียประเภทอื่นที่สามารถเกิดได้ในโรงงานหรือสถานประกอบการทุกประเภท จากรายงานสถิติการเกิดเพลิงไหม้ในประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2532-2552 ที่เกิดอัคคีภัยมาแล้วมากกว่า 46,000 ครั้ง ส่งผลให้มีผู้ได้รับบาดเจ็บมากกว่า 37,000 ราย และมีผู้เสียชีวิตกว่า 1,600 ราย โดยมีมูลค่าของความเสียหายมากกว่า 28,000 ล้านบาท (กรมสุขภาพจิต, 2556) และหากพิจารณาการเกิดอัคคีภัยและการระเบิดเฉพาะที่รายงานในโรงงานอุตสาหกรรมในช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับที่เกิดอุบัติเหตุทั้งหมดคือสูงถึงร้อยละ 63.16, 73.91, 59.32, 64.15, 66.67, 58.82, 59.52, 26.09, 70.83, 52.17 และ 64.71 ตามลำดับ (สำนักเทคโนโลยีความปลอดภัย, 2556)

สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องสำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย มีด้วยกันหลากหลาย (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554; ชมรมอุตสาหกรรมบางปู, 2555; สถาบันวิศวกรรมป้องกันอัคคีภัย, 2551) ได้แก่ กฎกระทรวงมหาดไทย ฉบับที่ 33 (พ.ศ.2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติ

ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 หมวดที่ 2 ระบบระบายอากาศ ระบบไฟฟ้าและระบบป้องกันเพลิงไหม้ หมวดที่ 6 ระบบลิฟต์ และ กฎกระทรวง ฉบับที่ 50 (พ.ศ. 2540) รวมถึงมีประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัยในโรงงาน (พ.ศ. 2552) กฎกระทรวงแรงงาน เรื่องกำหนดมาตรฐานในการบริหาร จัดการ และดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย พ.ศ. 2555 เป็นต้น และสืบเนื่องจากตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยในสถานประกอบการเพื่อความปลอดภัยในการทำงานสำหรับลูกจ้าง ลงวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2534 ข้อ 19 (3) ที่กำหนดให้นายจ้างต้องจัดให้ลูกจ้างเข้ารับการฝึกอบรมการดับเพลิง ขั้นต้นจากหน่วยงานที่ราชการกำหนดหรือยอมรับไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของจำนวนลูกจ้างในแต่ละหน่วยงานของสถานประกอบการและข้อ 36 วรรค 3 กำหนดให้นายจ้างให้มีการฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมหนีไฟอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยตามประกาศของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานลงวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2539 เรื่องหลักเกณฑ์การขอใบรับรองเป็นหน่วยงานฝึกอบรมการดับเพลิงขั้นต้น และหลักเกณฑ์การขอใบรับรองเป็นหน่วยงานฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมหนีไฟ ในข้อ 3 การดำเนินการฝึกอบรม ต้องจัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคสนาม และข้อ 4 ในภาคทฤษฎีอย่างน้อยต้องมีหัวข้ออบรม คือ ทฤษฎี การเกิดเพลิงไหม้ การแบ่งประเภทของเพลิง จิตวิทยาเมื่อเกิดอัคคีภัย การป้องกันแหล่งกำเนิดของการติดไฟ วิธีดับเพลิงประเภทต่างๆ เครื่องดับเพลิงชนิดต่างๆ วิธีการใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่ใช้ในการดับเพลิง แผนป้องกันและระงับอัคคีภัย การจัดระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย และการประยุกต์ใช้ระบบและอุปกรณ์ที่มีอยู่ในสถานประกอบการ ส่วนในข้อ 5 หัวข้อฝึกอบรมในภาคสนามอย่างน้อยต้องประกอบด้วยการดับเพลิงประเภท เอ บี โดยใช้ผงเคมีแห้ง น้ำยาโฟม หรือแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์ดับเพลิง การดับเพลิงประเภท ซี และ ดี การดับเพลิงโดยใช้เครื่องดับเพลิงชนิดมือถือ และการดับเพลิงโดยใช้สายดับเพลิง หัวฉีด (กองวิศวกรรมการแพทย์, 2556)

ด้วยเหตุนี้สาขาวิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่ได้จัดให้มีการเรียนการสอน ในรายวิชาการป้องกันอุบัติเหตุและอัคคีภัย เพื่อผลิตบัณฑิตไปประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ (จป.) จึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การดับเพลิงขั้นก้าวหน้า” ให้กับ นักศึกษาสาขาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และนักศึกษาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ อันจะนำไปสู่ การป้องกัน การระงับอัคคีภัย และการตอบโต้ภาวะฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามการอบรมที่ดีจำเป็นต้องมีขั้นตอนของการประเมินผลการอบรม เพื่อ ประกอบในการพัฒนาโครงการในครั้งต่อไปตามหลัก PDCA (Plan, Do, Check, Act) จนทำให้ผู้เข้าร่วม การอบรมปฏิบัติการได้รับประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความรู้จากการเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การดับเพลิงขั้นก้าวหน้า
2. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ตัวอย่างและการเก็บตัวอย่าง

ทำการทดสอบความรู้ และประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การดับเพลิงขั้นก้าวหน้า จำนวน 42 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และนักศึกษาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย ในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การทดสอบความรู้ ใช้แบบทดสอบที่นักวิจัยพัฒนาขึ้นเอง โดยครอบคลุมเนื้อหาเชิงทฤษฎีทั้งหมดของการฝึกอบรมจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ทฤษฎีการเกิดเพลิงไหม้ การแบ่งประเภทของเพลิง การป้องกันแหล่งกำเนิดของการติดไฟ วิธีดับเพลิงประเภทต่างๆ เครื่องดับเพลิงชนิดต่างๆ วิธีการใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่ใช้ในการดับเพลิง แผนป้องกันและระงับอัคคีภัย การจัดระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย โดยมีจำนวนข้อสอบ 2 ชุด ที่มีประเด็นคำถามในแต่ละข้อเหมือนกันและสามารถเทียบเคียงกันได้ เพื่อใช้สำหรับการทดสอบก่อนและภายหลังเสร็จสิ้นการฝึกอบรมซึ่งใช้เวลาในการทำข้อสอบครั้งละไม่เกิน 10 นาที ทั้งนี้แบบทดสอบได้ผ่านการประเมินความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบซึ่งเป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อเพื่อระบุลักษณะร่วมกันว่าข้อคำถามทั้งหมดประกอบด้วยองค์ประกอบอะไรบ้างสอดคล้องกับทฤษฎีหรือสมมุติฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ถ้ามีความสอดคล้องก็แสดงว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Punch, 1998) นอกจากนี้ได้ประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency) ของแบบทดสอบซึ่งหมายถึงเครื่องมือที่ทำให้ได้ข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้โดยลงทุนน้อยที่สุดไม่จำเป็นการลงทุนในแง่เวลา แรงงานและทุนทรัพย์รวมทั้งความสะดวกสบายคล่องตัวในการรวบรวมข้อมูล แบบทดสอบที่มีประสิทธิภาพสามารถให้คะแนนได้เที่ยงตรงและเชื่อถือมากที่สุดโดยใช้เวลาแรงงานและเงินน้อยที่สุดแต่ประโยชน์ที่ได้จากการสอบคุ้มค่า โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินจำนวน 3 ท่าน

ส่วนในภาคปฏิบัติ ประเมินโดยสังเกตพฤติกรรมจากการเข้าร่วมฝึกอบรมว่าสามารถปฏิบัติได้จริงหรือไม่ และมีความปลอดภัยในการปฏิบัติการดับเพลิงประเภทต่างๆ โดยใช้อุปกรณ์ดับเพลิงชนิดมือถือ และการดับเพลิงโดยใช้สายดับเพลิง หัวฉีดน้ำดับเพลิง และการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (ภาพที่ 1)

2.2 การประเมินความพึงพอใจ โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจที่นักวิจัยพัฒนาขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก คือ การประเมินวิทยากร การประเมินความรู้และทักษะจากการฝึกอบรม และประเด็นอื่นๆ เช่น ความเหมาะสมของเวลา สถานที่ ความประทับใจในการเข้าร่วมฝึกอบรม เป็นต้น โดยใช้มาตรประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ดังนี้ (Likert, 1932) 5 คะแนนสำหรับความพึงพอใจมากที่สุด 4 คะแนนสำหรับความพึงพอใจมาก 3 คะแนนสำหรับความพึงพอใจปานกลาง 2 คะแนนสำหรับความพึงพอใจและ 1 คะแนนสำหรับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นหลัก และใช้ Paired sample t-test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างผลการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรม ตลอดจนการหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความยาก-ง่ายของข้อสอบ ค่าความเที่ยงของแบบประเมินความพึงพอใจ One sample t-test สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจกับเกณฑ์ชี้วัดที่ตั้งไว้ที่ระดับคะแนน 4.00 หรือร้อยละ 80.00 เป็นต้น

จรรยาบรรณในงานวิจัย

ในการวิจัยนี้มีเพียงการสำรวจความรู้ และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการตามวงจร PDCA เพื่อประโยชน์ในการจัดฝึกอบรมในครั้งต่อไป ข้อมูลที่ได้จะนำเสนอข้อมูลโดยภาพรวมไม่ระบุชื่อผู้ให้ข้อมูลและไม่มีข้อมูลกมดใดๆ ระหว่างผู้ทำวิจัยและผู้ให้ข้อมูล



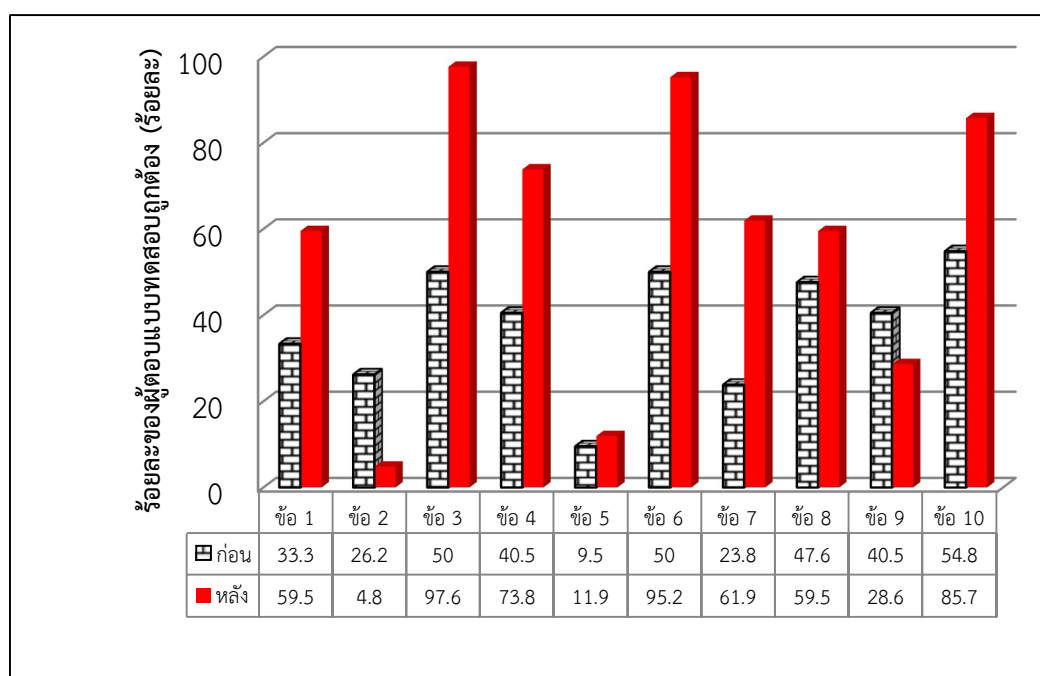
ภาพที่ 1 การฝึกภาคสนาม การปฏิบัติการดับเพลิงประเภทต่างๆ

(A, ไฟประเภท บี ; B, ไฟประเภท ซี ; C, ไฟประเภท เค และ D, การใช้สายดับเพลิง และหัวฉีดน้ำดับเพลิง)

ผลการวิจัย

1. ความรู้จากการเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ

จากการเปรียบเทียบผลการทดสอบระดับความรู้ของผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 42 คน ก่อนและหลังการอบรมพบว่าผู้เข้าอบรมสามารถทำแบบทดสอบได้เพิ่มมากขึ้น ยกเว้นในข้อ 2 และ ข้อ 9 (ภาพที่ 2) และจากการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบระดับความรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือที่กำหนดพบว่าผลการวัดระดับความรู้ก่อนการฝึกอบรมมีเพียงข้อ 5 ที่มีความยากเกินเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือ (<0.2) และข้อ 5, 7 และ 9 มีค่าอำนาจจำแนกไม่เป็นที่ไปตามมาตรฐานของเครื่องมือ (<0.2) ส่วนข้ออื่นๆ เป็นไปตามมาตรฐานของเครื่องมือ ในขณะที่ผลการวัดระดับความรู้หลังการฝึกอบรมพบว่า ข้อ 2 และ 5 มีความยากเกินเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือ ส่วนข้อ 3, 6 และข้อ 10 มีความง่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งแทบทุกข้อมีอำนาจการจำแนกไม่เป็นที่ไปตามมาตรฐานของเครื่องมือยกเว้น ข้อ 1 ข้อ 4 และข้อ 8 ที่ยังคงมีค่าอำนาจจำแนกเป็นที่ไปตามมาตรฐานของเครื่องมือ ดังตารางที่ 1



ภาพที่ 2 ร้อยละของผู้ตอบแบบทดสอบถูกต้องในแต่ละข้อ (n=42)

ตารางที่ 1 ความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ (n=42)

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ก่อนฝึกอบรม		หลังฝึกอบรม	
		ความยาก-ง่าย*	อำนาจจำแนก**	ความยาก-ง่าย*	อำนาจจำแนก**
1	การป้องกันแหล่งกำเนิดของ การติดไฟ	0.33	0.29	0.60	0.62
2	เครื่องดับเพลิงชนิดต่าง ๆ	0.26	0.33	<u>0.05</u>	<u>0.10</u>
3	การแบ่งประเภทของเพลิง	0.50	0.71	<u>0.98</u>	<u>0.05</u>
4	ทฤษฎีการเกิดเพลิงไหม้	0.40	0.52	0.74	0.43
5	วิธีดับเพลิงประเภทต่าง ๆ	<u>0.10</u>	<u>0</u>	<u>0.12</u>	<u>-0.14</u>
6	วิธีการใช้อุปกรณ์คุ้มครอง ความปลอดภัยส่วนบุคคล	0.50	0.62	<u>0.95</u>	<u>0</u>
7	แผนป้องกันและระงับอัคคีภัย	0.24	<u>0</u>	0.62	<u>0.19</u>
8	การจัดระบบป้องกันและ ระงับอัคคีภัย	0.48	0.48	0.60	0.33
9	การจัดระบบป้องกันและ ระงับอัคคีภัย	0.40	<u>0</u>	0.29	<u>0.10</u>
10	ทฤษฎีการเกิดเพลิงไหม้	0.55	0.62	<u>0.86</u>	<u>0.19</u>

*, เกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือกำหนดมีความยาก-ง่ายอยู่ระหว่าง 0.2-0.8; **, เกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือกำหนดอำนาจจำแนก >0.2

ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้หมายถึงไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือกำหนด

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ระหว่างก่อนและหลังเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (n=42)

ความรู้	Mean	S.D.	T	95% CI		P
				Lower	ถึง Upper	
ก่อนอบรม	3.76	2.28	-5.366	-2.786	ถึง -1.262	<0.001*
หลังอบรม	5.79	1.35				

หมายเหตุ: ใช้สถิติ Paired sample t-test กำหนดนัยสำคัญทางสถิติ < 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบความเที่ยงของแบบประเมินความพึงพอใจ (n=42)

ข้อ	ค่าความเที่ยง
1.1	0.83
1.2	0.82
1.3	0.82
2.1	0.84
2.2	0.82
2.3	0.84
3.1	0.82
3.2	0.83
3.3	0.81
3.4	0.83
รวมทั้งชุด	0.84

นอกจากนี้จากผลการศึกษาพบว่าผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการก่อนการอบรมมีความรู้เฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ± 2.28 คะแนน และภายหลังการอบรมมีความรู้เท่ากับ 5.79 ± 1.35 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังการอบรมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ ($p < 0.001$) โดยหลังการอบรมผู้เข้าร่วมมีความรู้มากกว่าก่อนการอบรม (ตารางที่ 2)

ส่วนการฝึกอบรมในภาคสนาม พบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนสามารถปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมคือสามารถเลือกใช้เครื่องดับเพลิงชนิดมือถือเพื่อดับไฟประเภทต่าง ๆ การใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล ตลอดจนสามารถใช้สายน้ำและหัวฉีดน้ำดับเพลิงได้ถูกต้องเหมาะสม โดยพบว่าเมื่อผู้เข้าฝึกอบรมเกิดการบาดเจ็บเล็กน้อยจากการโดนถังดับเพลิงหนีมือร้อยละ 12.20

2) การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

จากการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 42 คน พบว่าทุกข้อมีความเที่ยงตามเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือที่กำหนด (> 0.70) ตามตารางที่ 3

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเปรียบเทียบกับเกณฑ์ชี้วัดที่ร้อยละ 80.00 หรือมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในระดับ 4.00 คะแนน พบว่าผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจมากกว่าเกณฑ์ชี้วัดทุกด้าน โดยส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ ($p < 0.001$) ยกเว้นความเหมาะสมด้านสถานที่และระยะเวลาที่พบมีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการเทียบเกณฑ์ร้อยละ 80.00 (4.00 คะแนน)

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย 80%	Mean	S.D.	95% CI Lower ถึง Upper	t	P
1. ด้านวิทยากร						
1.1 ความรู้ที่ได้รับจากวิทยากร	4.00	4.62	0.492	0.47 ถึง 0.77	8.162	<0.001*
1.2 การนำเสนอของวิทยากร	4.00	4.69	0.468	0.54 ถึง 0.84	9.564	<0.001*
1.3 การให้คำแนะนำและตอบข้อซักถาม	4.00	4.57	0.547	0.40 ถึง 0.74	6.765	<0.001*
2. ด้านความรู้และทักษะของผู้เข้าร่วมอบรมจากกรณีศึกษา						
2.1 มีความรู้เข้าใจทฤษฎีเพลงใหม่และผจญเพลิง	4.00	4.43	0.547	0.26 ถึง 0.60	5.074	<0.001*
2.2 มีทักษะและความพร้อมในการจัดสถานที่เกิดเหตุ ตอบโต้ ควบคุมอุบัติเหตุสารเคมี	4.00	4.33	0.526	0.17 ถึง 0.50	4.109	<0.001*
2.3 มีความมั่นใจสามารถนำความรู้ครั้งนี้ช่วยเหลือตนเอง หน่วยงานได้	4.00	4.43	0.547	0.26 ถึง 0.60	5.074	<0.001*
3. อื่น ๆ						
3.1 ความเหมาะสมของสถานที่ฝึกอบรม	4.00	4.14	0.751	-0.09 ถึง 0.38	1.232	0.225
3.2 ความเหมาะสมของระยะเวลา	4.00	4.14	0.608	-0.05 ถึง 0.33	1.523	0.135
3.3 ความพอเพียง เหมาะสมของวัสดุ อุปกรณ์	4.00	4.45	0.772	0.21 ถึง 0.69	3.800	<0.001*
3.4 ความประทับใจโดยรวม	4.00	4.62	0.539	0.45 ถึง 0.79	7.445	<0.001*

หมายเหตุ: ใช้สถิติ One sample t-test กำหนดนัยสำคัญทางสถิติ < 0.05

สรุปและอภิปราย

จากการเปรียบเทียบผลการทดสอบระดับความรู้ของผู้เข้าร่วมอบรมซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสาขาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย ชั้นปีที่ 3 จำนวน 42 คน พบว่า หลังการฝึกอบรมผู้เข้าอบรมสามารถทำแบบทดสอบได้เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ซึ่งเมื่อประเมินจากแบบทดสอบพบว่านักศึกษาทำข้อสอบได้มากขึ้นยกเว้นในข้อ 2 (เครื่องดับเพลิงชนิดต่างๆ) และ ข้อ 9 (การจัดระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย) ส่วนข้อ 3 (การแบ่งประเภทของเพลิง) ข้อ 6 (วิธีการใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล) และข้อ 10 (ทฤษฎีการเกิดเพลิงไหม้) มีความง่ายเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มของค่าอำนาจจำแนกไม่เกินไปตามมาตรฐานของเครื่องมือเพิ่มขึ้นเมื่อทำการทดสอบภายหลังการฝึกอบรมแสดงว่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มเก่งและกลุ่มอ่อนน้อยลงซึ่งหมายถึงการอบรมมีความสามารถในการปรับระดับความรู้ของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ ส่วนผลการวัดระดับความรู้หลังการฝึกอบรมที่พบว่า ข้อ 2 และ 5 (วิธีดับเพลิงประเภทต่างๆ) มีความยากเกินเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องมือดังนั้นในการฝึกอบรมต้องเน้นประเด็นดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นทั้งนี้ค่าความยากง่าย (Difficulty Index) คือ อัตราส่วนระหว่างจำนวนคนที่ตอบข้อสอบข้อนั้นถูกกับจำนวนคนที่ตอบข้อนั้นทั้งหมด ดังนั้นถ้าข้อสอบมีคนทำถูกมากข้อสอบข้อนั้นง่ายแต่ถ้าข้อสอบข้อใดคนทำถูกน้อยข้อสอบนั้นยากข้อสอบที่ดีจึงควรมีความยากง่ายพอเหมาะโดยควรมีผู้ตอบถูกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20.00 และไม่เกิน ร้อยละ 80.00 นั่นคือค่าอยู่ระหว่าง 0.20-0.80 จึงถือว่าเป็นข้อสอบที่มีค่าความ

ยากง่ายพอเหมาะส่วนค่าอำนาจจำแนก (Discriminant Index) เป็นสมบัติที่บ่งบอกถึงความสามารถของข้อสอบที่จำแนกคนเก่ง-อ่อน ซึ่งเป็นตัวดัชนีชี้บ่งให้ทราบว่าข้อสอบข้อใดมีอำนาจจำแนกสูงจึงเป็นข้อสอบที่ดี หมายถึงข้อสอบข้อนี้คนทำถูกจะเป็นพวกกลุ่มเก่งถ้าใครทำผิดจะเป็นพวกกลุ่มอ่อน (Neil, 2010)

จากผลจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรม เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ชีวิตในระดับ 4 คะแนนซึ่งเป็นระดับความพึงพอใจมาก พบผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความพึงพอใจมากกว่าเกณฑ์ชีวิตนี้แทบทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ ($p < 0.001$) ยกเว้นความพึงพอใจเฉพาะด้านความเหมาะสมด้านสถานที่ และเวลาที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 แต่ถือว่ายังอยู่ในระดับความพึงพอใจมากทั้งนี้เมื่อทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบประเมินความพึงพอใจพบว่าทุกข้อมีความเที่ยงสูง (> 0.7) แสดงว่าเครื่องมือมีระดับความคงที่ในการวัดมาก ถ้านำเครื่องมือนี้ไปวัดซ้ำจะได้ค่าความแตกต่างของการวัดซ้ำน้อย (Khosrow-Pour, 2014) ในขณะที่สรุปผลการประเมินการฝึกอบรมด้านอค์ศิกัยอื่นๆ เช่นโครงการอบรมป้องกันและบรรเทาอค์ศิกัยให้กับเยาวชนในโรงเรียนในเขตเทศบาล (ยุวอปพร.) ของกองวิชาการและแผนงาน เทศบาลทุ่งสง (2556) พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความรู้และเข้าใจต่อเนื้อหาในการฝึกอบรมซึ่งวัดโดยใช้แบบสอบถาม พบว่ามีภาพรวมเฉลี่ยที่ 2.78 โดยมีความรู้ความเข้าใจในการหลบหนีไฟประเภทต่างๆ และมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและระงับอค์ศิกัยเบื้องต้นสูงที่สุด (2.82) เมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้มีเกณฑ์การให้คะแนนเพียง 3 ระดับคือ 1.00-1.49, 1.50-2.49 และ 2.50-3.00 หมายถึงระดับน้อย ปานกลาง และมากตามลำดับ โดยพบว่ากลุ่มเยาวชนมีความพึงพอใจในความเหมาะสม ด้านเวลาและสถานที่อยู่ในระดับมาก (2.81) ทำนองเดียวกับการศึกษาในครั้งนี้แต่ต่างกันที่การศึกษานี้ใช้แบบทดสอบในการประเมินด้านทฤษฎี และใช้แบบสำรวจความพึงพอใจตามมาตรวัดของ Likert, (1932) จากการประเมินผลสัมฤทธิ์ โครงการฝึกอบรมการป้องกันการเกิดอค์ศิกัย การดับเพลิงขั้นต้นและการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ ของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (2555) โดยสำรวจข้อมูลจากผู้เข้าร่วมรวม 88 คน ซึ่งใช้ระบบออนไลน์ พบว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นบุคลากรสายปฏิบัติการสูงสุดร้อยละ 62.50 อีกร้อยละ 30.68 เป็นบุคลากรสายบริการ และที่เหลือเป็นผู้บริหาร คณาจารย์ และนักวิชาการอื่นๆ ซึ่งการอบรมทำให้เกิดความตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการป้องกันมิให้เกิดอค์ศิกัยในหน่วยงานมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเป็น 4.64 (ระดับมากที่สุด) เมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นๆ โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ย เป็น 5.00 ในขณะที่การศึกษาในครั้งนี้ขาดหัวข้อการประเมินด้านความตระหนัก การมีส่วนร่วม และจิตวิทยาเมื่อเกิดอค์ศิกัย ดังนั้นต้องทำการประเมินในประเด็นดังกล่าวในการจัดอบรมครั้งต่อไปด้วย จากรายงานสรุปโครงการฝึกอบรม หลักสูตรการดับเพลิงขั้นต้น สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ (2554) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 90 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาร้อยละ 66.66 ที่เหลือเป็นอาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุนและประชาชนทั่วไป ตามเกณฑ์ประเมินของ สกอ. และ สมศ.ที่ใช้เกณฑ์ 5 ระดับ โดยมีประเด็นการประเมินได้แก่ ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณภาพของการจัดการ พบผลการประเมินอยู่ในระดับสูงกว่า 4.00 (มาก-มากที่สุด) ซึ่งประเด็นและผลที่ได้จากการประเมินดังกล่าวมีความใกล้เคียงกับการศึกษาในครั้งนี้ ต่างกันที่การประเมินโครงการฝึกอบรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์นี้ ได้ทำการประเมินในประเด็นของ

ความพึงพอใจของคณะที่มีบทบาทต่อสังคมด้วย ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้านคือ ความพึงพอใจต่อบทบาทด้านการเตือนสติต่อสังคม ความพึงพอใจด้านการชี้นำสังคม และความพึงพอใจต่อบทบาทด้านการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน/สังคม ซึ่งผลการประเมินในทุกด้านอยู่ในระดับสูงกว่า 4.00 โดยใช้ระยะเวลาฝึก 2 วัน เช่นเดียวกับการศึกษาในครั้งนี้

ในการวางแผนรับเหตุฉุกเฉินด้านอัคคีภัยเป็นการวางแผนเพื่อเตรียมสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้อย่างทันท่วงทีไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ หน่วยงานใกล้เคียง รวมถึงทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ความสำคัญของการวางแผนรับเหตุฉุกเฉินได้แก่ สามารถช่วยเหลือชีวิตผู้ที่ตกอยู่ในอันตรายและผู้ที่ได้รับบาดเจ็บจากเหตุฉุกเฉินช่วยลดความเสียหายต่อทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อม สามารถทำให้การค้นหาสาเหตุการเกิดเหตุได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือเป็นการรักษาชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการ รวมถึงเป็นการปฏิบัติตามกฎหมายอีกด้วย การจัดการอบรมให้ความรู้กับพนักงานทั้งในเชิงป้องกันและการปฏิบัติตนเมื่อเกิดเหตุซึ่งการเกิดอัคคีภัยภายในสถานประกอบการย่อมนำมาซึ่งความสูญเสียต่อธุรกิจการค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมดังนั้นในการป้องกันและลดความเสี่ยงด้านการเกิดอัคคีภัยจึงจำเป็นต้องจัดให้มีแผนการอบรมโดยกำหนดผู้รับผิดชอบระยะเวลาดำเนินการและงบประมาณให้ชัดเจนรวมถึงการเตรียมเอกสารและข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการวางแผนรับเหตุฉุกเฉินเป็นเรื่องที่สำคัญ และเป็นปัจจัยเสริมให้การวางแผนมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2556). สถิติภัยพิบัติย้อนหลัง 10 ปีของภัยแต่ละประเภทในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลทุ่งสง. (2556). 9. โครงการอบรมป้องกันและบรรเทาอัคคีภัยให้กับเยาวชนในโรงเรียนในเขตเทศบาล (ยุวอปพร.). รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2556. นครศรีธรรมราช: เทศบาลทุ่งสง.
- กองวิศวกรรมการแพทย์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข. (2556). **กฎหมายความปลอดภัยในการทำงาน (การป้องกันและระงับอัคคีภัย)**. แหล่งที่มา: <http://203.157.80.2/eplrylimages/20131218133945163.pdf>. 22 กุมภาพันธ์ 2558.
- กิตติศักดิ์ ปรกติ. (2554). **หลักกฎหมายป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: หลักสำคัญที่ถูกลืมมองข้าม**. แหล่งที่มา: <http://www.rsunews.net/upload/file/6f59af66f0d9249b045159f19bdb4f74.pdf>. 18 กุมภาพันธ์ 2557.
- คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.(2555). **ประเมินผลสัมฤทธิ์ โครงการฝึกอบรมการป้องกันการเกิดอัคคีภัย การดับเพลิงขั้นต้นและการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ**. แหล่งที่มา: <http://mis.agri.cmu.ac.th/poll/058/>. 26 กุมภาพันธ์ 2558.

- คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์. (2554). **สรุปโครงการฝึกอบรม หลักสูตร การดับเพลิงขั้นต้น สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย ราชภัฏราชชนครินทร์**. แหล่งที่มา: <http://techno.rru.ac.th/pdf/skg/k2.pdf>. 26 กุมภาพันธ์ 2558.
- ชมรมอุตสาหกรรมบางปู. (2555). **รายการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดับเพลิงอัคคีภัย**. แหล่งที่มา: <http://www.Bangpoosociety.com/forum/index.php?PHPSESSID=65d813f3dc428a980e01538b3684852f&topic=2363.msg5235#msg5235>. 22 กุมภาพันธ์ 2558.
- สถาบันวิศวกรรมป้องกันอัคคีภัย. (2551). **กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมอาคารและการป้องกัน อัคคีภัย**. แหล่งที่มา: http://fpei.ku.ac.th/index.php%3Foption%3Dcom_content%26ask%3Dblogsection%26id%3D11%26Itemid%3D46. 22 กุมภาพันธ์ 2558.
- สำนักเทคโนโลยีความปลอดภัยกรมโรงงานอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม. (2556). **สรุปรายงานการ ตรวจสอบและสอบสวนอุบัติเหตุและอุบัติภัยในโรงงานอุตสาหกรรมพ.ศ. 2544-2554**. แหล่งที่มา: <http://www2.diw.go.th/safety/index5.htm>. 10 มิถุนายน 2556.
- Khosrow-Pour, M, (2014). **Educational Technology Use and Design for Improved Learning Opportunities Advances in Educational Technologies and Instructional Design**. London: IGI Global.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140: 1–55. Neil, J.S. (2010). *Encyclopedia of Research Design*, Volume 1. Washington DC: SAGE.
- Punch, K.F. (1998). **Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches**. London: SAGE.

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน ในโรงงานพลาสติกแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

The Relationship between Knowledge, Attitudes and Behavior of Workers in a Plastic Factory in Bangkok towards Accident Prevention

อาจารย์มาน ปัทมะ พลอย,¹ นายเกียรติชัย ต้องตรงทรัพย์,
นายปิยะนัฐ ไพโรจน์, นายกิตติธัช โชติศิوانات,

บทคัดย่อ

การวิจัยภาคตัดขวางครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานในโรงงานผลิตพลาสติกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีผลการทดสอบความเที่ยงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทัศนคติและพฤติกรรมเท่ากับ 0.712 และ 0.834 ตามลำดับ ความยากง่ายของความรู้เท่ากับ 0.2-0.8 ค่าอำนาจจำแนก มากกว่า 0.2 ในทุกข้อ ขนาดตัวอย่างหาค่าสัดส่วนตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of thumb) เท่ากับ 37 คน ใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างตามทะเบียนรายชื่อของพนักงาน วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน Chi-square และ Pearson's correlation

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานจำนวน 4 ใน 5 เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 38.1 ± 8.7 ปี มีสถานภาพอยู่เป็นคู่ (ร้อยละ 59.9) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 40.5) มีรายได้จากการทำงานระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท (ร้อยละ 67.6) มีประสบการณ์ทำงานในโรงงานแห่งนี้ เฉลี่ย 14.8 ± 10 ปี และมีประสบการณ์ได้รับอุบัติเหตุจากการทำงานร้อยละ 24.3 พนักงานมีความรู้ด้านการป้องกันอุบัติเหตุอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 70.3) มีทัศนคติและพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 73.0 และ 86.5 ตามลำดับ) โดยพบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.001$, $r = 0.511$) อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และระดับความรู้ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ ดังนั้น ควรเน้นจัดกิจกรรมความปลอดภัยเพื่อสร้างแรงจูงใจ สื่อสารโดยใช้ภาพประกอบสร้างการคิดทัศนคติมากกว่าการบรรยายให้ความรู้ และควรเฝ้าระวังติดตามพฤติกรรมการความปลอดภัยพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ/ ทักษะ/ ความรู้/ อุตสาหกรรมพลาสติก

¹ สาขาวิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Abstract

This cross-sectional research aimed to seek out the relationship between knowledge, attitude and behavior of workers from a plastic factory in Bangkok towards accident prevention. Cronbach's alpha with a coefficient reliability of 0.712 and 0.834 on attitude and behavior respectively, with 0.2 - 0.8 difficulty knowledge. The discrimination test was more than 0.2 in all aspects of the questionnaire – results of thirty-seven workers were randomly picked from the worker's roster table and treated as the sample. Data were analyzed using descriptive statistics, Chi-square and Pearson correlation.

The demographic profile of the sample summarized as; four - fifth of the sample population were women. The average age was 38 ± 8.7 year old; living with a spouse (59.9 %); graduated in secondary school (40.5 %); remuneration at 10,000 - 15,000 bath (67.6 %); work experience 14.8 ± 10 years; experience in work accident (24.3 %). The sample workers with moderate Level of knowledge (70.3 %), with low Level of attitude and behavior to prevent work accident 73.0 and 86.5 % respectively. The result showed there was a significant relationship, statistically, between worker attitude towards prevention of work accidents, at ($p = 0.001$, $r = 0.511$). However, there was no significant relationship between prevention of work accidents and workers'; gender, marital status, level of education, work-experience and level of knowledge. So, the activities should focus on motivating workers' on their safety, with mind mapping for improving their attitude rather than doing lectures. In addition, monitoring compliance with safety behavior is at utmost importance.

Keywords: Accident prevention behavior/ Attitude/ Knowledge/ Work in plastic factory

1. บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศเข้าสู่อุตสาหกรรม ส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนอุตสาหกรรม นายจ้างและลูกจ้างอย่างต่อเนื่อง จากสถิติสำนักงานประกันสังคม ปี พ.ศ. 2552-2556 มีจำนวนนายจ้างคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.34 ต่อปี และจำนวนลูกจ้างคิดเป็นอัตราเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.91 ต่อปี ถึงแม้ว่าการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่ในอีกแง่หนึ่งได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้เช่นกัน นอกจากนี้ผลการรายงานจากสำนักงานประกันสังคม (2557) พบว่าจังหวัดที่มี

จำนวนลูกจ้างประสบอันตรายสูงสุดคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางของประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีคนงานเข้ามาทำงานจำนวนมาก

การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนคนงานที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉลี่ย 5 ปี มีลูกจ้างประสบอันตรายร้อยละ 28.66 ต่อปี ทั้งนี้อุตสาหกรรมการผลิตพลาสติกเป็น 1 ใน 5 ของการเกิดอุบัติเหตุมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงตำแหน่งงานที่มีลูกจ้างประสบอันตรายสูงสุด คือ ตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานฝ่ายผลิตในโรงงานคิดเป็นร้อยละ 36.87 ต่อปี (สำนักงานประกันสังคม, 2557) ทั้งนี้มีความรุนแรงของการประสบอุบัติเหตุในอุตสาหกรรมพลาสติกที่เกิดขึ้น พบว่า ในปี 2556 มีการเสียชีวิตจำนวน 5 ราย ทุพผลภาพจำนวน 1 ราย สูญเสียอวัยวะจำนวน 184 ราย หยุดงานมากกว่า 3 วันจำนวน 1,290 ราย และหยุดงานน้อยกว่า 3 วันจำนวน 3,105 ราย (กองทุนเงินทดแทน, 2556)

การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานนั้นส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยด้านบุคคลคิดเป็นร้อยละ 85 (วิจิตร บุญยะโหดระ, 2536) กล่าวคือการทำงานบางส่วนพนักงานขาดความรู้ ขาดทักษะในการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีรายงานวิจัยบางฉบับแนะนำว่า นอกจากปัจจัยด้านบุคคลยังต้องมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ร่วมด้วย อนึ่งสมภพ วงศ์ประसार (2546) ได้กล่าวถึงสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุว่า พนักงานขาดความรู้ ทักษะที่ด้อยส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัยได้ และสุรพงษ์ โสรณะเสถียร (2533) ได้กล่าวถึงประเด็นนี้เช่นเดียวกันว่า เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นส่งผลทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมซึ่งประกอบไปด้วยพฤติกรรมจากการทำงานและจะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความปลอดภัย

ปัญหาเรื่องความปลอดภัยในการทำงานนี้มีมานาน และเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม (ชัยวัฒน์ ทิพย์สมัย, 2543) ปัจจุบันการค้าโลกหลาย ๆ ประเทศได้มีการกำหนดเรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเป็นเงื่อนไขหนึ่งในข้อตกลงระหว่างประเทศคู่การค้า กำหนดเป็นปัจจัยในการแข่งขันหรือกีดกันในทางการค้าได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าคนทำงานกับเครื่องจักรสมัยใหม่ที่ปลอดภัยมากขึ้น แต่ยังคงพบการประสบอันตรายเกิดขึ้นและมีความรุนแรงกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัญหาเหล่านี้มักเกิดมาจากพฤติกรรมของมนุษย์ (วิจิต กมลรัตน์, 2552) เหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตพลาสติกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยนำกรอบแนวความคิดของ Green (1980) มาใช้ในการวิจัย เพื่อค้นหาสาเหตุแท้จริงซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน จากนั้นจะนำไปสู่การจัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยในสถานประกอบการ และพนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 รูปแบบการวิจัย

วิจัยเชิงสำรวจรูปแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Study) ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2557

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ พนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 122 คน โดยใช้กฎแห่งความชัดเจน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคำนึงถึงขนาดของประชากรไม่เกิน 1,000 คน คัดอัตราส่วนร้อยละ 30 (Neuman, 2003) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 37 คน หลังจากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random number table) ตามทะเบียนรายชื่อของพนักงานให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ฝ่ายผลิตในสถานประกอบการ

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยประยุกต์จากการศึกษาของสมภพ วงศ์ประसार (2546) ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถาม 4 ส่วน คือลักษณะทางประชากรและข้อมูลการประกอบอาชีพ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน รายละเอียดการให้ค่าคะแนนในแต่ละส่วนมีดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางประชากรและข้อมูลการประกอบอาชีพ จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และข้อมูลการประกอบอาชีพ ได้แก่ แผนก ายางาน และประสบการณ์ได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบและเติมข้อความ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดความรู้ ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องการปฏิบัติงานเกี่ยวกับเครื่องมือ เครื่องจักร การทำงานกับสารเคมีและอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุจากการทำงาน จำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามถูกผิด เกณฑ์การให้คะแนนคือ ถูกให้คะแนน 1 คะแนน ผิด/ไม่ทราบให้คะแนน 0 คะแนน การให้คะแนนมีค่าสูงสุดเท่ากับ 20 คะแนน และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน การกำหนดระดับความรู้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ใช้เกณฑ์การประเมินแบบอิงเกณฑ์ เทียบร้อยละของคะแนนของ Bloom (1975) คือ คะแนนน้อยกว่า 12 คะแนน หมายถึงความรู้น้อย คะแนน 13 – 15 คะแนน หมายถึงความรู้ปานกลาง และคะแนนมากกว่า 16 คะแนน หมายถึงความรู้มาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดทัศนคติด้านความปลอดภัย จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดให้ผู้เลือกตอบได้ 5 ตัวเลือก ข้อคำถามมีลักษณะด้านบวก (Positive Statement) และด้านลบ (Negative Statement) การให้คะแนนมีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 20 คะแนน การกำหนดระดับความรู้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ คะแนนน้อยกว่า 60 คะแนน หมายถึงทัศนคติระดับน้อย คะแนน 60-79 คะแนน หมายถึงทัศนคติระดับปานกลาง และคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 80 คะแนน หมายถึงทัศนคติระดับมาก

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องการปฏิบัติ เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมและการจัดการ จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า กำหนดให้ผู้เลือกตอบได้ 4 ตัวเลือก ข้อคำถามมีลักษณะด้านบวก และด้านลบ โดยแบบวัดพฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 80 คะแนน และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 20 คะแนน การกำหนดระดับความรู้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ คะแนนน้อยกว่า 48 คะแนน หมายถึงพฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุระดับน้อย คะแนน 49-63 คะแนน หมายถึงพฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุระดับปานกลาง และคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 64 คะแนน หมายถึงพฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุระดับมาก

แบบสอบถามทุกส่วนได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย 3 ท่าน นำมาปรับปรุงและทดสอบกับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการทำงานคล้ายกัน (Try out) จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความเที่ยงหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ด้านทัศนคติและพฤติกรรมเท่ากับ 0.712 และ 0.834 ตามลำดับ ด้านความรู้ทดสอบความยากง่ายรายข้อเท่ากับ 0.2-0.8 และค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.2 ทุกข้อ

2.4 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือของความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากต้นสังกัดถึงโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จากนั้นได้เข้าชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยกับหัวหน้าแผนกและพนักงานกลุ่มตัวอย่าง กล่าวถึงการปกปิดข้อมูลรายบุคคลและจะนำเสนอเฉพาะภาพรวมเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าร่วมโดยสมัครใจ ในการรวบรวมข้อมูลแผนกฝ่ายผลิตดำเนินการโดยหัวหน้าแผนกแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานซึ่งจะทำในช่วงพัก จากนั้นช่วงเย็นหลังเลิกงานหัวหน้าแผนกจะรวบรวมให้กับผู้วิจัย

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้ 1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ตัวแปรลักษณะทางประชากร ประวัติการประกอบอาชีพ หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์ตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา ช่วงรายได้ สถานภาพ การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกับระดับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุใช้สถิติ Chi-square และตัวแปรอายุ ประสิทธิภาพทำงาน ความรู้ ทัศนคติกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุใช้สถิติ Pearson's correlation

3. ผลการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรและการประกอบอาชีพ

จากการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่ประมาณ 4 ใน 5 (ร้อยละ 81.1) เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 38.1 ± 8.7 ปี สถานภาพอยู่เป็นคู่ ร้อยละ 59.9 ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 40.5 และรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000 - 15,000 บาท ร้อยละ 67.6

ด้านการประกอบอาชีพพนักงานมีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี ร้อยละ 37.8 ทำงานในอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งนี้มีค่ามัธยฐานของอายุงานเท่ากับ 17 ปี ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับอุบัติเหตุร้อยละ 75.7 เคยได้รับอุบัติเหตุจากการทำงานร้อยละ 24.3 ในจำนวนนี้แบ่งเป็นเคยประสบอุบัติเหตุ 1 ครั้ง ร้อยละ 18.9 กับเคยประสบอุบัติเหตุ 2 ครั้ง ร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

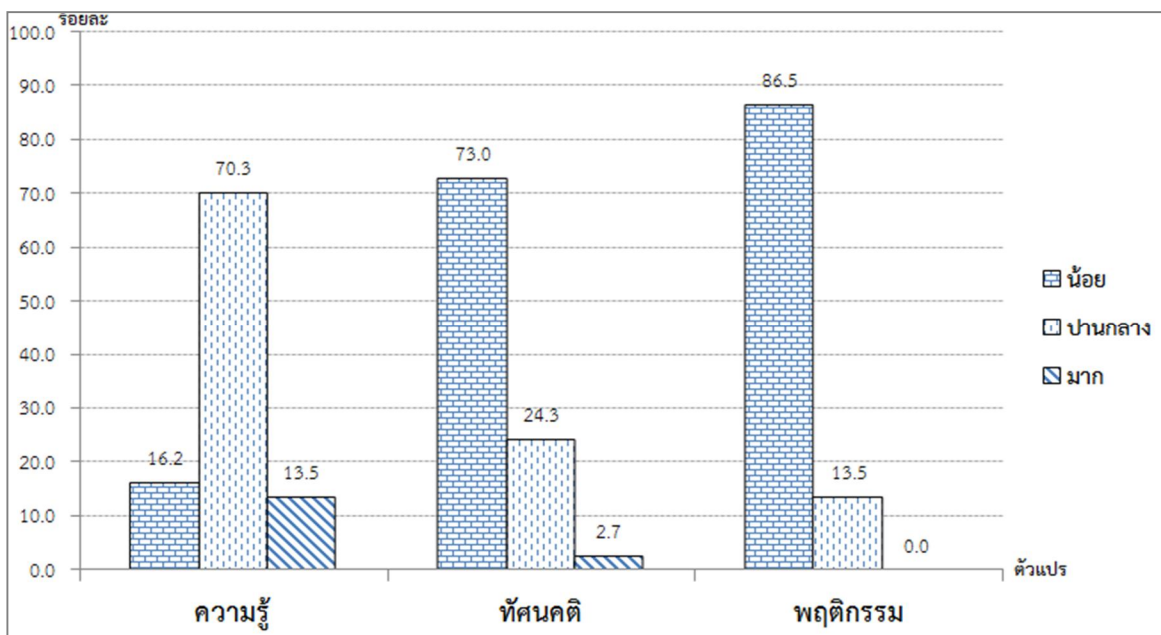
3.2 ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน

จากผลการศึกษาสามารถแสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ยของด้านความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม การป้องกันอุบัติเหตุ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านความรู้ การป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานพบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.3) มีความรู้ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 13.0 ± 2.5 คะแนน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานมีความรู้มากที่สุด ในประเด็น ผู้ปฏิบัติงานที่ทำงานกับสารเคมีจนชำนาญ จำเป็นต้องเรียนรู้เรื่องสารเคมีเพิ่ม ตอบถูกร้อยละ 89.2 แต่ทั้งนี้ยังมีพนักงานจำนวนมากไม่รู้ว่าเพื่อนที่ดีไม่ควรช่วยทำงานแทนเพื่อนเมื่อเพื่อนไม่อยู่ เพราะไม่ใช่หน้าที่เรา ตอบผิดร้อยละ 83.8

ด้านทัศนคติของพนักงานส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 มีทัศนคติในระดับน้อย (มีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 52.1 ± 12.5 คะแนน) รองลงมาคือ มีทัศนคติระดับปานกลาง และระดับมาก ร้อยละ 24.3 และ 2.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานมีทัศนคติมากที่สุดในประเด็น ถ้าทำงานด้วยความระมัดระวังโอกาสเกิดอุบัติเหตุในการทำงานจะลดลง แต่ทั้งนี้ยังมีพนักงานที่มีทัศนคติน้อยที่สุดในประเด็น ถ้าได้รับบาดเจ็บจากการเกิดอุบัติเหตุจะได้รับเงินชดเชยที่คุ้มค่า

ด้านพฤติกรรมของพนักงานในเรื่องการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานพบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.5) มีพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุในระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 40.6 ± 6.6 คะแนน) ซึ่งพนักงานมีการปฏิบัติมากที่สุดในประเด็น การแต่งกายตามระเบียบของสถานประกอบการ ร้อยละ 94.5 แต่ทั้งนี้พนักงานมีการปฏิบัติน้อยที่สุดในประเด็น เมื่อไม่เข้าใจวิธีการปฏิบัติงาน ท่านจะลองผิดลองถูกเองก่อน ร้อยละ 59.4



ภาพที่ 1 ร้อยละของระดับของความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของพนักงาน

3.3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ และอุบัติเหตุจากการทำงานกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุพบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ อุบัติเหตุจากการทำงาน กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ

ปัจจัย	ระดับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ		χ^2	p
	น้อย	ปานกลาง-มาก		
เพศ				
ชาย	7 (100.0)	0 (0.0)	0.300	0.560
หญิง	25 (83.3)	5 (16.7)		
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา/มัธยมต้น	18 (81.8)	4 (18.2)	0.256	0.629
มัธยมปลาย/ปวช/ปวส	14 (93.3)	1 (6.7)		
รายได้				
น้อยกว่า 10,000 บาท	7 (87.5)	1 (12.5)	0.000	1.000
10,000 - 20,000 บาท	25 (86.2)	4 (13.8)		
สถานภาพ				
โสด/หย่าร้าง	14 (93.3)	1 (6.7)	0.256	0.629
สมรส	18 (81.8)	4 (18.2)		
อุบัติเหตุจากการทำงาน				
เคย	7 (77.8)	2 (22.2)	0.101	0.577
ไม่เคย	25 (89.3)	3 (10.7)		

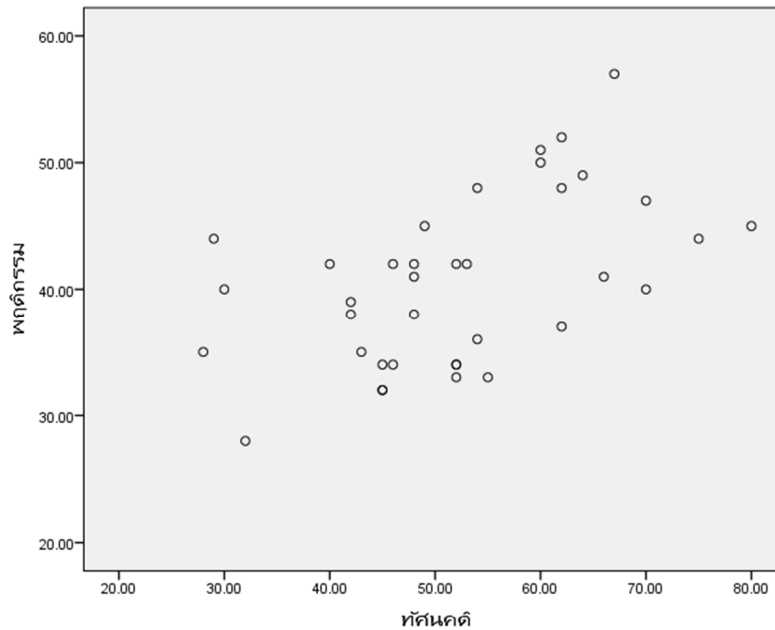
ใช้สถิติ Chi-square กำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) อ่านค่าจาก Fisher test

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ประสบการณ์ทำงาน ความรู้ ทักษะคติกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุพบว่า ทักษะคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.001$, $r = 0.511$) (ภาพที่ 2) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ทำงานและความรู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ประสบการณ์ทำงานกับความรู้ ทักษะคติกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ

ปัจจัย	r	p
อายุ	0.194	0.249
ประสบการณ์การทำงาน	0.047	0.783
ความรู้	0.268	0.109
ทักษะคติ	0.511	0.001*

ใช้สถิติ Pearson's correlation *กำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)



ภาพที่ 2 Scatter plot ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 81.1 มีความใกล้เคียงกับการศึกษาของสมภพ วงศ์ประसार (2546) ที่พบพนักงานเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.8) แต่ทั้งนี้จะแตกต่างกับวิทิต กมลรัตน์ (2552) ซึ่งพบว่า เกือบทั้งหมดเป็นเพศชาย (ร้อยละ 92.9) ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานประกอบการที่วิทิต กมลรัตน์ ได้ศึกษาพฤติกรรมการเกิดอุบัติเหตุในกระบวนการฝ่ายผลิตสารเคมี ซึ่งมีการยก ย้าย เคลื่อนย้ายวัสดุที่มีขนาดใหญ่จำเป็นต้องใช้แรงมากจึงเหมาะสมกับเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่การศึกษารุ่นนี้เป็นลักษณะงานตกแต่งลวดลาย พิมพ์สี ผลิตถังเปล่าที่ใช้ความประณีต และเป็นลักษณะปานกลางเหมาะสมกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ความแตกต่างนี้จึงเกิดขึ้นตามลักษณะของงานที่สอดคล้องกับบริบททางเพศ

ด้านอายุเฉลี่ยของพนักงานเท่ากับ 38.1 ± 8.7 ปี ซึ่งสอดคล้องกับธรรมรักษ์ ศรีมารุตและคณะ (2555) ที่ศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่พนักงานมีอายุในช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 47.5) แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมภพ วงศ์ประसार (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมของพนักงานมีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ร้อยละ 41.8) ในส่วนประสบการณ์การทำงานของพนักงานที่ศึกษามีมีฐานคือ 17 ปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมภพ วงศ์ประसार (2546) ซึ่งประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี (ร้อยละ 35.0) เนื่องจากสถานประกอบการที่ทำการเก็บข้อมูล เป็นสถานประกอบการที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลานาน พนักงานที่เข้ามาทำงานบางส่วนเริ่มเข้าสู่การทำงานพร้อมกับการก่อตั้งสถานประกอบการ ทำให้ไม่มีการย้ายงาน (อายุงานมากที่สุด 40 ปี) จึงส่งผลให้มีพนักงานมีอายุและประสบการณ์การทำงานสูงกว่าสถานประกอบการอื่น เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 40.5) มีความสอดคล้องกับสุปรียา ดิษฐ์ม และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาใน

กลุ่มคนที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 73.3) แต่ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับสมภพ วงศ์ประसार (2546) ที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา

ปัจจัยด้านสถานภาพของพนักงานพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพคู่ (ร้อยละ 59.5) สอดคล้องกับสมภพ วงศ์ประसार (2546) แต่มีความแตกต่างกับธรรมรักษ์ ศรีมารุต และคณะ (2555) ทั้งนี้สถานภาพอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการเกิดอุบัติเหตุในการทำงานได้ เนื่องจากการมีครอบครัวจะทำให้มีความรับผิดชอบมากขึ้น แตกต่างจากสถานภาพโสดที่มีข้อกังวลทางครอบครัวน้อยกว่า จึงอาจส่งผลให้มีระดับความรับผิดชอบน้อยลง และในจำนวนพนักงานที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นจึงมีพฤติกรรมตามช่วงวัย มีความคึกคะนอง อยากลองสิ่งใหม่ ๆ โดดโผนจึงอาจมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุได้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพคู่

ด้านรายได้ของพนักงานอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท (ร้อยละ 67.6) มีความใกล้เคียงกับงานวิจัยของธรรมรักษ์ ศรีมารุต และคณะ (2555) ซึ่งรายได้ในช่วงระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 63.1) แต่ไม่สอดคล้องกับสุปรียา ดิษฐ์ และคณะ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาพบว่า พนักงานครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.0) มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งนี้รายได้จะขึ้นกับอายุงานของพนักงานด้วย เพราะพนักงานที่มีทักษะและความชำนาญจะได้รับค่าตอบแทนมากกว่าพนักงานใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้มีค่ามัธยฐานอายุงานเท่ากับ 17 ปี มากกว่า สุปรียา ดิษฐ์ ที่ศึกษาด้านอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานพบว่า ส่วนใหญ่พนักงานไม่เคยได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน (ร้อยละ 75.7) ซึ่งสอดคล้องกับสุรวีทย์ นันตะพร และคณะ (2557) เมื่อเปรียบเทียบกับประวัติการประสบอุบัติเหตุจากการทำงานของกลุ่มผู้วิจัยในครั้งนี้พบว่ามีความถี่มากกว่าสุรวีทย์ นันตะพร และคณะ เนื่องจากกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมพลาสติกมีอันตรายในเรื่องของการตัดตกแต่งของชิ้นพลาสติกก่อนการตกแต่งลวดลายหรือพิมพ์สี

จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับการป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับภาณุพงศ์ บุญเกลื้อ (2554) พบว่าพนักงานมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 67.0) แต่แตกต่างกับวิทิต กมลรัตน์ (2552) ที่พบว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก (ร้อยละ 41.48) ทั้งนี้ ความแตกต่างเกิดจากความรู้ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พนักงานส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น แต่วิทิต กมลรัตน์ ศึกษาในพนักงานที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า เพราะการเรียนรู้ตามระดับชั้นเป็นพื้นฐานที่ส่งผลต่อการอ่าน ความจำ และการค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ของพนักงาน

ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 73.0) มีความสอดคล้องกับโสภณ เมฆธน และคณะ (2543) พบว่าด้านทัศนคติอยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 53.0) แต่ไม่สอดคล้องกับวิทิต กมลรัตน์ (2552) ที่ระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 67.4) เนื่องจากตามทฤษฎีของ Green (1980) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งของทัศนคติจะเป็นผลมาจากความรู้ และจากการศึกษาของวิทิต กมลรัตน์ พบว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมากจึงอาจส่งผลต่อความคิด การรับรู้ต่อสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในของตัวบุคคลแตกต่างกันได้ สำหรับด้านพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 86.5) พบว่าสอดคล้องกับสมภพ วงศ์ประसार (2546) มีพฤติกรรมในระดับน้อย (ร้อยละ 58.9) แต่ไม่สอดคล้องกับวิทิต กมลรัตน์ (2552) ซึ่งมีพฤติกรรมในระดับมาก (ร้อยละ 62.7)

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ และปัจจัยการประกอบอาชีพ ได้แก่ อายุงาน อุบัติเหตุจากการทำงานกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน พบว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวัฒน์ ชนประชา (2557) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกผลิต บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยทางประชากรและการประกอบอาชีพไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน แต่ไม่สอดคล้องกับสุระจันลา (2547) พบว่า เพศ อายุส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน และวไลพร ภิญโญ (2544) ศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาส่งผลต่อความรู้ความปลอดภัยจึงทำให้มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน อีกทั้งประสบการณ์ทำงานไม่สอดคล้องกับ วิทิต กมลรัตน์ (2552) ซึ่งพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานยาวนานจะมีขั้นตอนการทำงานที่ปลอดภัยทำให้ส่งผลกับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุ

ด้านความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน สอดคล้องกับ วิทิต กมลรัตน์ (2552) แต่ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแก้วฤทัย แก้วชัยเทียม (2548) พบว่าความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานในสถานประกอบการจะมีความรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานที่ใกล้เคียงกัน เพราะตามกฎหมายโรงงานที่มีพนักงานมากกว่า 50 คน จะต้องมีการให้ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ (ประกาศกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, 2540) ซึ่งมีบทบาทในการให้ความรู้การทำงานที่ปลอดภัยแก่พนักงาน แต่สาเหตุคือพนักงานมีความรู้แต่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะในบุคคลที่อายุงานมากเช่นเดียวกับการศึกษาคั้งนี้ พนักงานจะอาศัยทักษะและความชำนาญของตัวเองมากกว่าจะปฏิบัติงานตามกฎระเบียบ ในบางครั้งเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการทำงานจึงได้ทำงานลัดขั้นตอน ส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุจากการทำงานได้ ความรู้ที่มีในตัวบุคคลหรือที่ผ่านการอบรมจึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานได้

อนึ่ง การศึกษาคั้งนี้พบว่า ทักษะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน สอดคล้องกับวิทิต กมลรัตน์ (2552) และมธุริน เกียรติประภากุล (2556) ผลการศึกษาระบุว่า ทักษะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) สำหรับงานวิจัยในคั้งนี้จากกราฟ Scatter plot (ภาพที่ 2) เห็นได้ว่า พนักงานที่มีทัศนคติด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับน้อยจะแปรผันตามให้พฤติกรรมปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยเช่นกัน เป็นไปตามทฤษฎีของ Green (1980) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมของบุคคลสามารถเกิดได้โดยตรงจากทัศนคติ โดยที่ความรู้และทัศนคติเป็นอิสระต่อกันไม่จำเป็นต้องส่งผลซึ่งกันและกัน และนอกจากนี้ Atherley (1977) (อ้างในชนรรดา ยุวนะเดมิย์, 2553) ได้กล่าวว่าความพยายามที่จะให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานมากขึ้น จะต้องมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่ปลอดภัยของพนักงาน เพื่อให้พนักงานคิดได้ด้วยตนเองส่งผลให้สามารถป้องกันได้ดีขึ้น ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยในคั้งนี้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะให้องค์กรเน้นให้มีการเสริมสร้างให้เกิดทัศนคติที่ดี การจัดกิจกรรมความปลอดภัยในสถานประกอบการควรกระตุ้นให้พนักงานได้คิด ได้สัมผัสกับความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุมากกว่าการบรรยายให้ความรู้เพียงอย่างเดียว เพื่อส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมความปลอดภัยในการปฏิบัติงานและสามารถป้องกันอุบัติเหตุได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- แก้วฤทัย แก้วชัยเทียม. (2548). การรับรู้การจัดการความปลอดภัยและพฤติกรรมความปลอดภัย
ในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต,
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชนรดา ยูณะเต็มย์. (2553). การป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของคนงานจ้างเหมาบริการด้าน
ระบบไฟฟ้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคกลาง) จังหวัดนครปฐม. บัณฑิตศึกษาศิลป
ศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาชุมชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยวัฒน์ ทิพย์ลัมย์. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่
ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพในโรงงานอุตสาหกรรม เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา.
วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธรรมรักษ์ ศรีมารุต. (2555). พฤติกรรมความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับ
ปฏิบัติการฝ่ายผลิต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต, คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม,
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ประกาศกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม. เรื่องความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง.
กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม, เมษายน 2546.
- ณัฐวัฒน์ ชนประชา. (2557). พฤติกรรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานแผนก
ผลิต บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) โรงงานปทุมธานี. บัณฑิตนิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต,
สาขาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- มธุริน เกียรประภากุล. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานหน่วยงาน
ผลิตโอเลฟินส์ 1 บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) สาขาที่ 2 โรงโอ
เลฟินส์ไอ-หนึ่ง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม, บัณฑิต
วิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วไลพร ภิญโญ. (2544). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัย : กรณีศึกษา
พนักงานโรงงานผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิจิตร บุญยโหดระ. (2536). อุบัติภัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร. วิกเตอร์เพาเวอร์พอยท์.
- วิฑิต กมลรัตน์. (2552). ศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่าย
ปฏิบัติการบริษัท อิติตยา เบอร์ล่า เคมิคัลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ฟอสเฟต ตีวีชั่น).
วิทยาศาตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมภพ วงศ์ประสาร. (2546). พฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของคนงานในสถาน
ประกอบการผลิตเครื่องดื่มและถนอมอาหาร เขตกิ่งอำเภอสามร้อยยอด จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาชุมชน,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุธาทิพย์ รองสวัสดิ์. (2554). ปัจจัยการรับรู้เรื่องความปลอดภัยในการทำงานที่มีผลต่อพฤติกรรมใน

- การทำงาน ของพนักงานระดับปฏิบัติการ ประจำ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จ.เชียงใหม่.
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุปรียา ดิษฐ์ม. (2557). **ความชุกและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุของพนักงานเนื่องจากการทำงานในอุตสาหกรรมเคมีคอนกรีตค์เตอร์แห่งหนึ่ง.** วิทยานิพนธ์สาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุระ จันลา. (2547). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระบบความปลอดภัยและพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค).** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). **การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ.** กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- สุรวีทย์ นันตะพร และศรีรัตน์ ล้อมพงศ์. (2557). ผลของโปรแกรม Behavior Based Safety (BBS) ต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทผลิตชิ้นส่วนประกอบและอะไหล่รถยนต์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดชลบุรี. *โรงพยาบาลชลบุรี*, 39 (2), 87-94.
- สำนักงานประกันสังคม. **สถิติการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน ภาพรวมทั่วประเทศปี 2557.** สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.sso.go.th/wpr/category.jsp?lang=th&cat=801>.
- โสภณ เมฆธน ภาวดี ยิ้มแย้ม และวิลาวัลย์ ประทีปแก้ว. (2543). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเกิดอุบัติเหตุของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในจังหวัดนนทบุรี.** สาธาณสุขจังหวัดนนทบุรี.
- Bloom BS and D. Caploom. **Taxonomy of educational objectives: cognitive domain.** New York: David Mckay Company 1975.
- Green Lawrence W. and Kreuter Marshall W. (1991). **Health promotion planning: and environmental approach.** Toronto: mayfied publishing. Nursing research. 31 (December) : 137-142.
- Neuman WL (2003). **Social research methods: qualitative and quantitative approaches.** 5th ed. Boston: Allyn & Bacon.

รูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก The Activities Model of Jigsaw with the Graphic Organizers Technique

อาจารย์ ดร.จิตติวิสุทธิ์ วิมุตติปัญญา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก และ 2) สร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ลงเรียนวิชาการจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Management and Environment for Learning) รหัสวิชา 1001302 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 250 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติขั้นสูง แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าไค-สแควร์ องศาอิสระ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า และน้ำหนักองค์ประกอบ

ผลการวิจัย พบว่า

1) องค์ประกอบด้านการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย จุดประสงค์ กระบวนการเรียนรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก และการวัดและประเมินผล ปัจจัยแฝงด้านการจัดการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 1.92 ถึง 2.54

2) องค์ประกอบด้านรูปแบบจิ๊กซอร์ ประกอบด้วย ความกระตือรือร้น การแลกเปลี่ยนความรู้ การแก้ปัญหา และการเสริมแรง ปัจจัยแฝงด้านรูปแบบจิ๊กซอร์ทั้ง 4 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.94 ถึง 2.91

3) องค์ประกอบด้านเทคนิคผังกราฟิก ประกอบด้วย ความจำข้อมูล กระบวนการทางปัญญา เมตาคognition ขั้น ปัจจัยแฝงด้านเทคนิคผังกราฟิกทั้ง 3 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 2.23 ถึง 2.41

4) รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก ได้แก่ ขั้นนำ, ขั้นกระบวนการสอน ประกอบด้วยความกระตือรือร้น การแลกเปลี่ยนความรู้ การแก้ปัญหา และการเสริมแรง, ขั้นการสรุปผล, และขั้นการประเมินผล

คำสำคัญ : รูปแบบ/ จิ๊กซอร์

¹ สาขาวิชาซีพีครุ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Abstract

The purposes of this research were: 1) to confirm the Factor Analysis of an instruction from educational games by using jigsaw with the graphic organizers technique and 2) to construct a model of jigsaw with the graphic organizers technique. The sample group consisted of 30 Third year undergraduate students in their second semester in academic year 2014. Data were gathered through questionnaires from 250 students from the Faculty of Education, sample were further taken through multi-stage sampling - from the students in Learning Management and Environment (Course code 1001302) on their academic year of 2014, reliability at .85 and the evaluation form of Model of IOC at 1.00. The data were analyzed and statistical treatment consisted of; Chi - square degrees of freedom Goodness of Fit Index Adjusted Goodness of Fit Index Comparative Fit Index Root Mean Square Error off Approximation and consistent with the empirical data.

The research findings were: 1) factors of instruction consist of objective, process, facilitator and measurement and evaluation. The 4-factor aspect of instruction was between 1.92 and 2.54. 2) factors of Jigsaw consist of enthusiasm, knowledge sharing, problem solving and motivation. The 4-factor aspect of Jigsaw was between 0.94 and 2.91. 3) factors of graphic organizers technique consist of information storage, cognitive process and metacognition. The 3-factor aspect of graphic organizers technique was between 2.23 and 2.41. and 4) the Model of an instruction using educational games by using jigsaw with the graphic organizers technique were: introduction, process consist of enthusiasm, knowledge sharing, problem solving and reinforcement, conclusion and evaluation.

Keywords: Model/ Jigsaw

บทนำ

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การเรียนที่ใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) การเรียนที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-based Learning) การเรียนแบบโครงการ (Project-based Learning) การจัดการเรียนการสอนแบบสืบค้น (Inquiry Instruction) การเรียนแบบร่วมมือ (Cooperative/Collaborative Learning) การใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) หรือสื่อเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง การใช้เครื่องมือทางปัญญา (Cognitive Tools) เทคนิคการใช้ Concept Mapping เทคนิคการใช้ Learning Contracts เทคนิคบทบาทสมมติ (Role Playing Model) เทคนิคหมวก 6 ใบ และเทคนิคการเรียนการสอนแบบจิ๊กซอร์ (Jigsaw) เป็นต้น (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542)

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบจิ๊กซอร์ (Jigsaw) เป็นเทคนิคการสอนรูปแบบหนึ่งของการเรียนการสอนแบบร่วมมือ โดยเทคนิคจิ๊กซอร์เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียนที่ช่วยผู้เรียนให้ประสบความสำเร็จไปพร้อม ๆ กัน การเรียนการสอนตามเทคนิคนี้ครูผู้สอนมอบหมายให้สมาชิกในกลุ่มแต่ละกลุ่มศึกษาเนื้อหาที่กำหนดให้ สมาชิกแต่ละคนจะถูกกำหนดโดยกลุ่ม ให้ศึกษาเนื้อหาคนละตอนที่แตกต่างกัน ผู้เรียนจะไปทำงานร่วมกับสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายให้ศึกษาเนื้อหาที่เหมือนกัน หลังจากทีทุกคนศึกษาเนื้อหานั้นจนเข้าใจแล้ว จึงกลับเข้ากลุ่มเดิม แล้วเล่าเรื่องที่ตนศึกษาให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่มฟัง โดยเรียงตามลำดับเรื่องราว เสร็จแล้วให้สมาชิกในกลุ่มคนใดคนหนึ่งสรุปเนื้อหาของสมาชิกทุกคนเข้าด้วยกัน ครูผู้สอนอาจเตรียมข้อสอบเกี่ยวกับบทเรียนนั้นไว้ ทดสอบความเข้าใจเนื้อหาที่เรียนในช่วงสุดท้ายของการเรียน และนอกจากนี้เนื้อหาความรู้ที่ใช้ในการออกแบบต้องมีความน่าสนใจ ทันสมัย และง่ายต่อความเข้าใจ (ทิตนา แชมมณี, 2555) นอกจากนี้ครูอาจต้องใช้เทคนิคเพิ่มเติมในการจัดทำเอกสารประกอบการเรียนรู้ เช่น ผังมโนทัศน์ ชุดโปรแกรม บทเรียนสำเร็จรูป ผังกราฟิก เป็นต้น

เทคนิคการใช้ผังกราฟิก เป็นเทคนิคที่พัฒนาต่อเนื่องมาจากการจัดโครงสร้างความคิดล่วงหน้าตามทฤษฎี การเรียนรู้ที่มีความหมาย (Meaningful Learning Theory) ของเดวิด อูซูเบล (David P. Ausubel) นักจิตวิทยาอเมริกัน ที่เสนอการจัดโครงสร้างความคิด หรือโครงสร้างภาพรวมล่วงหน้า (Presenting First) เพื่อใช้สำหรับอ่านและทำความเข้าใจเนื้อหาจากตำรา หลังจากนั้นก็มีแผนภาพแบบต่าง ๆ เกิดขึ้นมากกว่า 20 ชนิด รวมทั้งโครงสร้างภาพรวมที่นำมาใช้ทำความเข้าใจบทความที่มีความยาวมาก ๆ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบไดอะแกรม และรูปภาพต่าง ๆ ในการจัดการเรียนรู้ผู้วิจัยได้จัดบรรยากาศ กิจกรรม สื่อ สถานการณ์ ฯลฯ ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้เต็มตามศักยภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนารูปแบบการจัดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก เรื่อง รูปแบบและเทคนิคการจัดการเรียนรู้ วิชาการจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิกเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก

วิธีดำเนินการวิจัย

การสร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบ และสร้างรูปแบบ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่ลงเรียนวิชา การจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Management and Environment for Learning) รหัสวิชา 1001302 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่ลงเรียนวิชา การจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อม เพื่อการเรียนรู้ (Learning Management and Environment for Learning) รหัสวิชา 1001302 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 250 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Stratify Cluster Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบทดสอบถาม มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.43-0.72 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.85 และแบบประเมินรูปแบบฯ มีค่าความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าไค-สแควร์ องศาอิสระ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ ค่าดัชนีราก กำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า และน้ำหนักองค์ประกอบ

นำแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ไปสอบถามกับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่ลงเรียน วิชา การจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Management and Environment for Learning) รหัสวิชา 1001302 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 250 คน แล้วนำ แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติตามลำดับ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างรูปแบบโดยทำการศึกษา วิเคราะห์ เอกสาร ทฤษฎี หลักการ การสนทนา กลุ่ม และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนำมาสังเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วย เกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก และทำการประเมินรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อหา ดัชนีความสอดคล้อง

ผลการวิจัย

การสร้างรูปแบบจัดการเรียนรู้ด้วยด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก ปรากฏผลดังนี้

1) องค์ประกอบด้านการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย จุดประสงค์ กระบวนการเรียนรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก และการวัดและประเมินผล ปัจจัยแฝงด้านการจัดการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 1.92 ถึง 2.54

2) องค์ประกอบด้านรูปแบบจิ๊กซอร์ ประกอบด้วย ความกระตือรือร้น การแลกเปลี่ยนความรู้ การแก้ปัญหา และการเสริมแรง ปัจจัยแฝงด้านรูปแบบจิ๊กซอร์ทั้ง 4 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.94 ถึง 2.91

3) องค์ประกอบด้านเทคนิคผังกราฟิก ประกอบด้วย ความจำข้อมูล กระบวนการทางปัญญา เมตาคอกนิชั่น ปัจจัยแฝงด้านเทคนิคผังกราฟิกทั้ง 3 ด้าน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 2.23 ถึง 2.41

4) รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก ประกอบด้วย

4.1) หลักการ แนวคิด และทฤษฎี

การจัดกิจกรรมต้องมีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ชี้ให้เห็นผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้ ทักษะ และเจตคติ ซึ่งต้องสร้างความสนุกสนานและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาด้วยกัน และอาจารย์ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงบุคคลและทีมใน

เชิงวัฒนธรรมที่มีการเคารพความคิดเห็นและมุมมองของแต่ละบุคคล โดยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

4.2) วัตถุประสงค์

การสร้างรูปแบบการจัดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก เรื่อง รูปแบบและเทคนิคการจัดการเรียนรู้ วิชาการจัดการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ สำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

4.3) ลักษณะแนวทางการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย 4 กระบวนการ ตามลำดับดังนี้

4.3.1 ขั้นนำ

4.3.1.1 ตรวจสอบความรู้พื้นฐานของผู้เรียน

4.3.1.2 แจกวัตถุประสงค์การเรียนรู้

4.3.1.3 สร้างแรงจูงใจผู้เรียนเชื่อมโยงระหว่างความรู้เดิมกับ

ความรู้ใหม่และการเรียนรู้อย่างมีความหมาย

4.3.2 ขั้นดำเนินการสอน

4.3.2.1 ขั้นการสร้างความรู้กระตือรือร้น โดยมีการบูรณาการเตรียมความพร้อมของตนเองและสมาชิกในกลุ่ม ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การฝึกปฏิบัติสมาธิ

ขั้นที่ 2 การร้องเพลงประกอบจังหวะ

ขั้นที่ 3 การประชุมเพื่อการวางแผนการเรียนรู้ในกลุ่ม

4.3.2.2 ขั้นการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยให้สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มออกไปศึกษาหาความรู้จากกลุ่มอื่นและกลับมากลุ่มของตนเอง ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การนำเสนอบทเรียนที่ตนเองรับผิดชอบ

ขั้นที่ 2 การรับฟังผู้อื่นนำเสนอบทเรียนที่ผู้อื่นรับผิดชอบ

ขั้นที่ 3 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

4.3.2.3 ขั้นการแก้ปัญหา คือ มีการวางแผน วิเคราะห์ผลที่จะได้รับผลกระทบ และหาแนวทางในการศึกษาพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การนำเสนอผลงานของตนเอง

ขั้นที่ 2 การอภิปรายและตอบข้อซักถาม

ขั้นที่ 3 การพิจารณาความสมเหตุสมผล

ขั้นที่ 4 การเลือกแนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสมกับ

สภาพแวดล้อมของท้องถิ่น

ขั้นที่ 5 การอภิปรายข้อดี-ข้อจำกัดของการเลือกแนวทางการแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงประโยชน์ที่ยั่งยืน

4.3.2.4 ขั้นการเสริมแรง ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การจัดลำดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มจากมากไปหาน้อย

ขั้นที่ 2 การสับเปลี่ยนสมาชิกในกลุ่มเพื่อเปิดโอกาสการเรียนรู้

ขั้นที่ 3 การติดป้ายประชาสัมพันธ์

4.3.3 ขั้นสรุป

4.3.3.1 ผู้เรียนร่วมกันสรุปแนวคิด หลักการ และการสร้างองค์ความรู้ร่วมกันและการทำงานเป็นทีม ตลอดถึงความสนุกสนานและความสุขในการเรียนรู้

4.3.3.2 ผู้สอนสรุปข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความคิดรวบยอดและหลักการที่ถูกต้อง

4.3.4 ขั้นประเมินผล

4.3.4.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

4.3.4.2 ด้านจิตพิสัย

4.3.4.3 ด้านการประเมินตนเอง

อภิปรายผล

การจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนได้ทำงานและเรียนรู้เป็นทีม โดยสมาชิกกลุ่มแต่ละคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่างกันแล้วนำความรู้ที่ได้รับมาอธิบายให้เพื่อนสมาชิกฟัง ทั้งนี้ ผู้สอนได้เตรียมเนื้อหาและข้อคำถามไว้เป็นช่องเอกสารประกอบการเรียน ทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นและสนใจในการเรียนพร้อมทั้งมีน้ำใจต่อเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ สอนง อินละคร. (2544) ได้นำเสนอขั้นตอนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Jigsaw ไว้ดังนี้ 1) แบ่งนักเรียนเป็นกลุ่มละความสามารถ กลุ่มละ 4-6 คน แต่ละกลุ่มประกอบด้วยคนเก่ง 1 คน ปานกลาง 2-4 คน และอ่อน 1 คน แต่ละกลุ่มเลือกประธาน และเลขานุการกลุ่ม เรียกว่า กลุ่มบ้าน (Home Group) 2) กลุ่มบ้าน (Home Group) แต่ละกลุ่มมอบหมายภาระงานให้สมาชิกรับผิดชอบดังนี้ คนที่ 1 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 1 คนที่ 2 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 2 คนที่ 3 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 3 คนที่ 4 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 4 คนที่ 5 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 5 คนที่ 6 รับผิดชอบเนื้อหา หรือใบงานหรือบัตรกิจกรรมที่ 6 3) จัดกลุ่มเชี่ยวชาญ (Expert Group) โดยให้นักเรียนกลุ่มบ้านของแต่ละกลุ่มที่รับผิดชอบเรื่องเดียวกันไปรวมกลุ่มใหม่ แล้วศึกษา ฝึกฝน ทำความเข้าใจเนื้อหา ทำใบงาน หรือทำกิจกรรมร่วมกันจนมีความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ อย่างดี 4) กลับกลุ่มบ้าน (Home Group) โดยนักเรียนแต่ละคนกลับกลุ่มเดิม แล้วผลัดกันอธิบายให้สมาชิกในกลุ่มฟัง เริ่มจากเรื่องที่ 1 2 3 ไปจนครบทุกคน สมาชิกในกลุ่มซักถามจนเป็นที่เข้าใจ 5) แต่ละกลุ่มเตรียมตัวทดสอบรายบุคคล แล้วรวมคะแนน หรือเฉลี่ยคะแนนเป็นคะแนนของกลุ่ม และ 6) มอบรางวัลหรือประกาศเกียรติคุณแก่กลุ่มที่ได้คะแนนรวมหรือคะแนนเฉลี่ยสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก มีความสอดคล้องกับหลักการและทฤษฎีของเพียร์เจย์ กล่าวได้ว่า นักเรียนเป็นผู้ที่พยายามศึกษาและสำรวจสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวทั้งที่เป็นวัตถุสิ่งของ เหตุการณ์และบุคคล ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม แล้วพัฒนาผ่านไปเรื่อย ๆ จนสามารถเรียนรู้สิ่งที่เป็นนามธรรมได้ การเรียนรู้ของนักเรียนเกิดจากกระบวนการภายในตัวนักเรียน 2 กระบวนการ คือ การจัดโครงสร้างทางความคิดภายใน และการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ซึ่งการ

ปรับตัวประกอบด้วยกระบวนการ 2 กระบวนการ คือการดูดซึม และการปรับเปลี่ยน ในการที่นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งใด ๆ ในเบื้องต้น นักเรียนจะพยายามทำความเข้าใจประสบการณ์ใหม่ด้วยการใช้ความคิดเก่า หรือประสบการณ์เดิมด้วยกระบวนการดูดซึม แต่เมื่อปรากฏว่าไม่สามารถทำความเข้าใจได้สำเร็จ นักเรียนจะเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ เสียใหม่ด้วยกระบวนการปรับเปลี่ยน จนสามารถผสมผสานความคิดใหม่นั้นให้กลมกลืนเข้ากับความคิดเก่า สภาพการณ์นี้ก่อให้เกิดความสมดุล กระบวนการที่นักเรียนมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดสภาวะสมดุลนี้จะนำไปสู่พัฒนาการทางสติปัญญา เป้าหมายของการพัฒนาคือ คิดอย่างมีเหตุผลกับสิ่งที่เป็นนามธรรม ความสามารถที่จะคิดตั้งสมมติฐานอย่างสมเหตุสมผลและความสามารถที่จะตั้งกฎเกณฑ์และการแก้ปัญหา

2. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเกม โดยใช้รูปแบบจิ๊กซอร์ร่วมกับเทคนิคผังกราฟิก มีรูปแบบและขั้นตอนที่ครอบคลุมทั้งความรู้ กระบวนการ พฤติกรรมผู้เรียน และการวัดประเมินผล ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า อาจมีการศึกษาเฉพาะบางตัวแปรที่จะส่งผลกระทบต่อความคงทนในการเรียนรู้และความไม่แปรเปลี่ยนซึ่งจะต้องมีการศึกษาและวัดเป็นระยะตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ทิตินา แคมมณี. (2555). ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนอง อินละคร . (2544). เทคนิควิธีการและนวัตกรรมที่ใช้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นนักเรียนเป็นศูนย์กลาง. อุบลราชธานี: อุบลกิจออฟเซทการพิมพ์.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร Factors Affecting Thai Movies Preference of People in Bangkok

อาจารย์สรพัญญ์ เจียรนานนท์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ไทย เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ และเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการชมภาพยนตร์ไทยไม่ต่างกัน ประชาชนส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทย 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะเลือกชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และอาทิตย์ แนวภาพยนตร์ที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ชอบตลกขบขัน ประชาชนส่วนใหญ่รับสารสื่อสารด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด องค์ประกอบด้านที่ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกชมมากที่สุด คือ ดารานำแสดง และผู้กำกับการแสดง สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์อย่างมากในการเลือกชม โดยปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการเดินทางของการมาชมภาพยนตร์

คำสำคัญ : ภาพยนตร์ไทย/ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชม

Abstract

The objectives of this research were to investigate (1) the relationship between people living in Bangkok and Thai movie viewing, (2) their viewing behaviors, (3) movie advertising and public relations, (4) the influence of Thai movie characteristics on the decision of viewing movies of people in Bangkok, and (5) the influence of the environment on their choice of place. The population of the research was 400 males and females living in Bangkok; the tool of the research is a questionnaire; and the analysis of statistical data deriving frequency, percentage, and mean using a computer program..

The results found that the demographic factors including gender, age, occupation and income showed no differences towards Thai movie viewing. It

¹ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

revealed that most people have watched Thai movies once a month. The most preferred periods of watching movies were on Saturday and Sunday. Preferred movie genre was comedy. Most people have received the communications in terms of advertisement and public relations from television media. Movies with renowned actors/actresses and directors, greatly influence the decision of viewing movies. And, convenience of accessing the movie venue, influence movie viewing behavior the most.

Keywords: Thai movie/ Factors affecting movie preference

บทนำ

ภาพยนตร์เป็นสื่อบันเทิงแขนงหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ประกอบด้วยภาพและเสียง สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชาติ ทุกภาษา แม้แต่คนที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือไม่เข้าใจภาษาที่ใช้ในภาพยนตร์ก็สามารถติดตามภาพ และเรื่องราวที่น่ามรรยอเรียงได้โดยไม่ยากนัก เสียงที่ใช้ในภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นเสียงดนตรี หรือเสียงประกอบยังช่วยสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับเรื่องราวตอนนั้นได้เป็นอย่างดี เพราะภาษาภาพยนตร์เป็นภาษาสากล (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550)

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในวงกว้าง ผู้ชมในแต่ละยุคจะมีรสนิยมในการเลือกชม ภาพยนตร์ที่พัฒนาแตกต่างกันไปตามแต่อิทธิพลของสังคมในยุคนั้น ๆ ทั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมจำนวนมาก อีกทั้งยังให้สาระและความบันเทิงควบคู่กันไปอีกด้วย ภาพยนตร์ยังเป็นสิ่งสะท้อนวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สะท้อนสังคม ประวัติศาสตร์และการเมืองของประเทศนั้น ๆ เนื้อหาหลักของภาพยนตร์จะเน้นให้คุณค่าทางด้านความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งอาจจะมีการนำเสนอเรื่องราวในเชิงข้อเท็จจริงและจินตนาการผสมผสานกันไป เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจ ภาพยนตร์ได้รับการยกย่องว่าเป็นงานด้านศิลปะและยังเป็นงานด้านสื่อสารมวลชนด้วยเช่นกัน

แม้ว่าสื่อภาพยนตร์จะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทว่าบางช่วงเวลา ภาพยนตร์ไทยเกือบสูญหายไปจากวงการเช่นกัน เพราะไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องของรายได้และคามนิยมที่ลดน้อยลง ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ขาดทุนจากการสร้าง อันเนื่องมาจากเนื้อหา รูปแบบของภาพยนตร์ที่ไม่มีความละเอียดพิถีพิถันหรือไม่สมจริง แตกต่างกับภาพยนตร์จากต่างประเทศทำให้คามนิยมลดลงไปเรื่อย ๆ ภาพยนตร์ที่ถือว่าเป็นเรื่องที่ทำให้เกิดการพลิกความคาดหมายในแง่คามพิถีพิถันในการสร้างคือ 2499 อันธพาลครองเมือง กำกับโดย นนทรี นิมิบุตร ผู้กำกับหน้าใหม่ที่มาจากวงการโฆษณา ภาพยนตร์เรื่องนี้แหวกออกจากจารีตในการสร้างภาพยนตร์ไทย อาทิ ใช้ดารานำใหม่ที่ไม่เป็นที่รู้จักมาเป็นนักแสดง เน้นงานด้านการออกแบบงานสร้าง (Production Design) วิถีเล่าเรื่องที่ชวนติดตาม เป็นภาพยนตร์ย้อนยุคที่สร้างฉากและบรรยากาศของเรื่องได้สมจริง จึงทำให้ภาพยนตร์ที่สร้างตามมา และประสบความสำเร็จด้านรายได้เป็นเรื่องย้อนยุคเสียส่วนใหญ่ เช่น นางนาก ฟ้าทะลายโจร บางระจัน และสุริโยไท เป็นต้น (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550)

จนกระทั่งเกิดปรากฏการณ์ของภาพยนตร์เด็ก เรื่องแฟนฉัน เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่เกิดขึ้นจากการที่ 3 บริษัทบันเทิงไทยอย่าง จีเอ็มเอ็ม พิคเจอร์ ที่มีความพร้อมในแง่ของแผนการตลาดและการโฆษณา มีบริษัท โท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ที่เชี่ยวชาญในเรื่องการจัดจำหน่าย จากประสบการณ์ที่เข้าใจคนดูหนังไทย และ หับโห้หิ้นฟิล์ม บริษัทที่มีฝีมือเชี่ยวชาญในการสร้างภาพยนตร์ระดับแนวหน้า ทั้ง 3 บริษัทร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อบันทึกไว้เป็นเกียรติประวัติอีกทั้งยังมีมุมมองเดียวกันในการทำงาน ทำให้ภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน เป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้มากที่สุดในปี พ.ศ. 2546 ด้วยรายได้ถึง 137 ล้านบาท นับว่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในช่วงเวลานั้น หลังจากนั้นมาภาพยนตร์ที่จะได้รายได้เกิน 100 ล้านบาทก็มีเพียงไม่กี่เรื่อง ข้อมูลจากเว็บไซต์ boxofficemojo.com ทำให้ทราบว่าในปี พ.ศ. 2555 มีเพียงภาพยนตร์ไทยเรื่อง ATM เออรักเออเร่อ มีรายได้จากผู้ชมภาพยนตร์จำนวน 158.6 ล้านบาท เป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องเดียวในรอบปีเท่านั้นที่มีรายได้เกินหนึ่งร้อยล้านบาท และในปี พ.ศ. 2556 ภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง มีรายได้จากผู้ชมภาพยนตร์เกิน พันล้านบาท ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่มีรายได้สูงสุดของ บริษัท จีทีเอช จำกัด และในปีพ.ศ. 2557 มีเพียงภาพยนตร์ไทยที่ประสบความสำเร็จอยู่ 3 เรื่อง ได้แก่ภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช 5 ทำรายได้ดีกว่า 200 ล้านบาท ภาพยนตร์เรื่อง คิดถึงวิทยา ภาพยนตร์รักโรแมนติกที่มีเนื้อเรื่องพูดถึงครูในพื้นที่ห่างไกล ทำรายได้กว่า 100 ล้านบาท รวมไปถึงกระแสความนิยมของภาพยนตร์เรื่อง ไอพายแต่งกิ้วเลิฟยู ทำให้ปี พ.ศ. 2557 มีภาพยนตร์ไทยที่มีรายได้เกิน 100 ล้านบาทเพียง 3 เรื่อง ซึ่งในวงการภาพยนตร์ถือว่า ภาพยนตร์ที่มีรายได้เกินหลักร้อยล้านบาท เป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ จึงเป็นโจทย์ชิ้นใหญ่ที่ผู้สร้างภาพยนตร์บางครั้งก็ไม่สามารถคาดเดาได้ว่า ภาพยนตร์ของตนเองนั้นจะสามารถทำรายได้จำนวนมหาศาลได้หรือไม่

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาประชากรที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยเลือกจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เมื่อได้จำนวนประชากรแล้วจึงนำมากำหนดพื้นที่ในการแจกแบบสอบถาม โดยกำหนดวิธีการสำรวจข้อมูลได้ดังนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างเขตแบบความน่าจะเป็นจากโรงภาพยนตร์ทั้งหมดในเขต กรุงเทพมหานคร เฉพาะโรงภาพยนตร์ในเครือบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยจับฉลากเลือกจำนวน 4 โรงภาพยนตร์ที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล จากทั้งหมด 32 โรงภาพยนตร์ ผลการจับฉลากได้แก่ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซินีเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซินีเพล็กซ์ สาขาปิ่นเกล้า โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซินีเพล็กซ์ สาขารังสิต และโรงภาพยนตร์พารากอนซินีเพล็กซ์ กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) เก็บข้อมูลโรงภาพยนตร์ละ 100 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลจากผู้ชมภาพยนตร์ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ตามโรงภาพยนตร์ดังกล่าวจนครบจำนวนตามที่ต้องการ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา รองลงมาได้แก่ลูกจ้างบริษัทเอกชน และอาชีพรับจ้างมีน้อยที่สุด พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชมภาพยนตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทย 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ชมภาพยนตร์ไทย 2-3 ครั้งต่อเดือน และผู้ที่ชมภาพยนตร์ไทย 4 ครั้งขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด ส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ในวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ รองลงมา ชมในวันหยุดนักขัตฤกษ์ และชมในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีจำนวนน้อยที่สุด มีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกขบขัน รองลงมาชมภาพยนตร์แนวตื่นเต้นสยองขวัญ และแนวที่ชมน้อยที่สุดเป็นแนวรามาหรือภาพยนตร์แนวชีวิต ส่วนค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ไทยแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 200-300 บาท มากที่สุด รองลงมาใช้จ่ายจำนวนเงินไม่เกิน 400 บาทต่อการชมภาพยนตร์ 1 ครั้ง เหตุผลการตัดสินใจชมภาพยนตร์ไทยคือเพื่อคลายเครียดมีจำนวนมากที่สุด และชมตามกระแสมีจำนวนน้อยที่สุด ความรู้สึกหลังจากชมภาพยนตร์ไทยแล้วรู้สึกพอใจ อยากชมอีกจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ พอใจและคุ้มค่าเงิน และชมแล้วรู้สึกไม่พอใจมีจำนวนน้อยที่สุด

ทั้งนี้ การรับข้อมูลด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครนั้นรับชมผ่านโทรทัศน์และเว็บไซต์ YouTube มากที่สุด รองลงมาคือ ทางวิทยุรับชมปานกลาง และมีผู้ชมรับข้อมูลจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด ด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยที่ผู้ชมเลือกชมมากที่สุดคือ ดารานำแสดง ผู้กำกับการแสดง และประเภทของภาพยนตร์ รองลงมาได้แก่ เนื้อเรื่อง และองค์ประกอบด้านชื่อเรื่องและเทคนิคการนำเสนอ มีจำนวนน้อยที่สุด สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการชมภาพยนตร์ไทยมากที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง ระบบเสียงของภาพยนตร์และความสุภาพของพนักงาน ปัจจัยในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยปัจจัยที่ผู้ชมเลือกมากที่สุดมาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และเลือกชมภาพยนตร์ในยามว่าง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีปัจจัยด้านต่าง ๆ แบ่งออกได้เป็นจากปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้กำกับภาพยนตร์ ประเภทของภาพยนตร์ เนื้อหาของภาพยนตร์ ดารานำแสดง และปัจจัยภายนอกได้แก่ เวลาในการชมภาพยนตร์ สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ ความสะดวกในการเดินทาง การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างด้าน เพศ อายุ และรายได้ของผู้ชม ไม่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย ผู้ชมส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงอายุ 20 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท อยู่ในวัยนักเรียนนักศึกษา

ด้านพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทย 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะเลือกชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และอาทิตย์ แนวภาพยนตร์ที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ชอบตลกขบขัน รองลงมาจะเป็นแนวตื่นเต้นสยองขวัญ ส่วนใหญ่ แนวภาพยนตร์รามาหรือแนวชีวิตได้รับความนิยมน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลของการสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่า เลือกชมภาพยนตร์เพื่อผ่อนคลายความเครียด ดังนั้นแนวภาพยนตร์จึงควรเป็นแนวที่ดูแล้วไม่เคร่งเครียด สนุกสนาน

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับการสื่อสารด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) สอดคล้องกับงานวิจัยของบรรจง ศรีโย ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเข้าชมภาพยนตร์ของประชาชนที่มาใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน พบว่า สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องใหม่มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อใหม่ที่กำลังเป็นที่สนใจ เช่น เว็บไซต์ยูทูป (YouTube) นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจนเป็นรองแค่สื่อโทรทัศน์และเป็นที่นิยมมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

ด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบด้านที่ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกชมมากที่สุด คือ ดารานำแสดง และผู้กำกับการแสดง แสดงว่า การเลือกดารานำแสดงในภาพยนตร์ และผู้กำกับภาพยนตร์ มีส่วนสำคัญที่ถือเป็นเครดิตสำหรับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์เป็นอย่างมาก รองลงมาจะเป็นเนื้อเรื่อง ที่ผู้ชมจะตัดสินใจเป็นเหตุผลลำดับต่อไป

สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์อย่างมากในการเลือกชม โดยปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการเดินทางของการมาชมภาพยนตร์ รองลงมาคือ โรงภาพยนตร์อยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมของการชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ชมจะตัดสินใจมาชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ในโรงภาพยนตร์ปัจจัยที่ให้ความสำคัญคือ การเดินทาง สถานที่และสภาพแวดล้อมที่ต้องสะดวกสบาย

สรุป

จากผลการศึกษาจะสอดคล้องกับการศึกษาในแนวทางของสำนักวัฒนธรรมศึกษา ซึ่งมีการศึกษาพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ ศึกษาว่าใครคือผู้ชมภาพยนตร์ ชมด้วยเหตุผลอะไร ต้องการชมภาพยนตร์อะไร สิ่งที่สำคัญจากการค้นพบซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยคือ การบริโภคภาพยนตร์มีลักษณะที่ผู้ชมต้องการหลุดพ้นจากโลกภายนอกที่สับสนวุ่นวาย ภาพยนตร์จึงกลายเป็นพื้นที่ตอบสนองความต้องการของเขาเหล่านั้น ในทัศนะของนักวิชาการกลุ่มมาร์กซิสต์มองเป้าหมายดังกล่าวจะช่วยให้คนในระบบทุนนิยมสามารถคลายปัญหาได้ในชั่วขณะและสามารถก้าวไปทำงานในระบบอุตสาหกรรมต่อไป ผู้ผลิตจึงต้องผลิตภาพยนตร์ประเภทที่เน้นความบันเทิง ความสนุกสนานเพื่อดึงดูดผู้ชม

สิ่งที่แม็คควอล และคณะ (McQuail, et al. 1972) ได้กล่าวถึงความต้องการและสิ่งที่ตอบสนองปัจเจกบุคคลในการใช้สื่อในเรื่องของ Diversion หรือ การหันเหไปจากสิ่งที่สร้างความเครียดในชีวิตประจำวันจากปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญอยู่ ความต้องการการผ่อนคลายและความบันเทิงซึ่งเป็นแรงจูงใจหลักอย่างหนึ่งในการใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสาร ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อในเรื่องของความบันเทิง ผลสำรวจแนวภาพยนตร์ที่เป็นที่นิยมจึงเป็นแนวตลกขบขัน ทั้งนี้เพื่อที่ผู้ชมต้องการรับชมภาพยนตร์ไทยเพื่อหันเหไปจากความเครียดในชีวิตประจำวันที่เผชิญอยู่ โดยถือเป็นการมาปลดปล่อยความเครียดดังเช่นในกรณีที่ภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง ที่นำเสนอเน้นความสนุกสนาน มุขตลก ทำให้ผู้ชมชื่นชอบ จนทำรายได้ให้กับภาพยนตร์อย่างมหาศาล เป็นจำนวนเงินกว่าพันล้านบาท หากผู้สร้าง

ภาพยนตร์สามารถเข้าถึงจิตใจหรือความต้องการข้อนี้ได้เป็นสำคัญ ก็จะทำให้ภาพยนตร์ที่สร้างออกมานั้นประสบความสำเร็จ มีผู้ชมเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเน้นการแจกแบบสอบถามและประเมินผลจากแบบสอบถาม ทำให้ไม่สามารถได้ข้อมูลเชิงลึก หรือข้อมูลในเชิงคุณภาพได้ การสุ่มตัวอย่างทำเพียงแค่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในภาคอื่น ๆ อาจจะมีความคิดเห็นหรือปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ได้ ดังนั้นหากสามารถขยายกลุ่มประชากรออกไปได้ จะทำให้ได้ผลที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น โดยอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) หรือสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept interview) เพื่อจะได้สอบถามข้อมูล และสังเกตความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์ หรืออาจจะใช้วิธีการทั้งสองแบบทั้งวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา เกิดดี. (2543). ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: ศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิมพ์คำ.

กาญจนา แก้วเทพ. (2539). สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: มุลนิธิภูมิปัญญา.

_____. (2552). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2553). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2553). แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

บรรจง ศรีโย. (2543). พฤติกรรมการเข้าชมภาพยนตร์ของประชาชนที่มาใช้บริการโรงภาพยนตร์

เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ไพบุลย์ คะเชนทรพรรค. (2531). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสดรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มันทนา ภาคสุวรรณ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศของ

ผู้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิระชัย ตั้งสกุล. (2554). ภาพยนตร์. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ

สื่อมวลชน (หน่วยที่6). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
สดใส พันธุมโกมล. (2553). ประเภทละคร. ใน **ปริทัศน์ศิลปการละคร**. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ:

โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สมาน งามสนิท. (2547). กระบวนการผลิตและเผยแพร่ของภาพยนตร์. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชา
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน**(หน่วยที่6). นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). การสื่อสารการตลาด. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการ**

โฆษณา(หน่วยที่ 1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Austin, B. A. (1988). **Immediate seating: A look at movie audiences**.
Belmont, CA:

Wadsworth.

Geduld, H.M., and Gottesman, R. (1973). **An Illustrated Glossary of film
Terms**. Holt,

Rinehart and Winston, INC.

Hanneman, G. J., & McEwen, W. J. (1975). **Communications and behavior**.
London:

Addison-Wesley.

Katz, E & Blumler, J. G. (1954). **The Uses of mass communication: Current
perspectives on gratifications research**. Beverly Hills, CA: Sage.

Katz, E.M. Gurevitch, and H. Haas. (1973). "On the Use of the Mass Media for
Important Things" **American Sociological Review**. 38: 164-181.

Maslow, A.H. (1954). **Motivation and personality** (2nd ed.). New York: Harper &
Row.

McQuail, D. (1984). **Communication**. 2nd ed. London: Longman.

McQuail D. J. G. Blumler and J. Brown. (1972). "The Television Audience:
prevised

Perspective." In D. McQuail, (ed.) **Sociology of Mass Communication**.

Harmonds worth, England: Penguin.

เชียงใหม่กับบทบาทสำคัญทางการค้าล้านนาในราชวงศ์มังราย
Economic Significance of Kengtung City in Lanna Kingdom
during Meng-rai Dynasty

อาจารย์สหัส อินทรีย์¹

บทคัดย่อ

เมืองเชียงใหม่เป็นหนึ่งในบรรดาเมืองที่พญามังรายสร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการสถาปนาอาณาจักรล้านนาของพระองค์ เชียงตุงมีความสำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรก สร้างเพื่อให้เป็นเมืองหน้าด่านป้องกันดินแดนทางตอนเหนือ ประการที่สอง สร้างขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าของอาณาจักร ความสำคัญทางการค้าของเชียงใหม่ในฐานะศูนย์กลางทางการค้าระหว่างเมืองทางตอนเหนือของอาณาจักรล้านนาตลอดจนค้าขายกับพ่อค้าชาวจีน มีเส้นทางการค้าโบราณที่ค้าขายจากดินแดนตอนใต้ของจีนลงมายังเชียงใหม่ เชียงใหม่ ตลอดจนถึงเมืองเมาะตะมะ สินค้ามีการหมุนเวียนในระบบการค้าเป็นจำนวนมาก เชียงตุงจึงสำคัญในฐานะเมืองหน้าด่านและศูนย์กลางการค้า ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวทางการค้าในยุคหลังราชวงศ์มังรายปกครองล้านนา

คำสำคัญ : อาณาจักรล้านนา/ เมืองเชียงใหม่/ ราชวงศ์มังราย

Abstract

Kengtung was one of the cities constructed in the reign of Phaya Meng-rai when he established Lanna Kingdom. Concerning the importance of Kengtung, there are two main outstanding points. Firstly, this city was set as the northern fortress to hold out any regular defense in case of an invasion. Secondly, it was built in order to support economic expansion of the kingdom. Concerning the economical aspect, Kengtung was the trading center among northern cities in Lanna kingdom especially for the Chinese merchants. There was an ancient trade route in which large number of current products were sold along the way from the south of China, Kengtung, Chiangmai, and over to Martaban. Therefore, it can be concluded that the importance of Kengtung city were that it is the northern fortress and the economic

¹ สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

center which brought about the economic expansion of Lanna Kingdom even after Meng-rai Dynasty.

Keywords: Kengtung/ Economic significance

บทนำ

เชียงใหม่เป็นหนึ่งในบรรดาเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภาคพื้นทวีป เป็นเมืองที่มีความสำคัญของอาณาจักรล้านนา ยุคราชวงศ์มังรายปกครองล้านนาได้ส่งเจ้าราชวงศ์เพื่อมาปกครองเชียงใหม่ เจ้าราชวงศ์คนแรกที่ปกครองล้านนาก็คือเจ้าน้ำท่วมหรือท้าวน้ำท่วม(ทวิ สว่าง ปัญญากร, 2533 : 33) พระนันทดาในพญามังรายผู้สถาปนาอาณาจักรล้านนาและขยายเมืองเชียงใหม่ให้มีความใหญ่กว่าเดิม ในยุคอาณาจักรล้านนาเมืองเชียงใหม่จึงมีความสำคัญขึ้นมาทั้งในด้านการเมืองและการค้าตั้งแต่สมัยราชวงศ์มังรายปกครอง ส่งผลให้เชียงใหม่มีความสำคัญในด้านต่าง ๆ จากอดีตถึงปัจจุบัน

เนื้อเรื่อง

ลักษณะทางกายภาพของเมืองเชียงใหม่

ในปัจจุบันเชียงใหม่เป็นเมืองที่สำคัญเมืองหนึ่งของรัฐฉาน ในเขตสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เมืองเชียงใหม่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ยุทธศาสตร์ การเมือง และการค้าข้ามพรมแดนที่โดดเด่นเพราะเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของอาณาจักรล้านนาตอนเหนือในยุคจารีต กอปรกับมีสภาพภูมิประเทศที่โดดเด่น กล่าวคือมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 2,700 ฟุต ตัวเมืองมีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ มีภูเขาล้อมรอบ ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำสายสำคัญ 2 สาย คือแม่น้ำโขงและแม่น้ำสาละวิน โดยมีแม่น้ำเงินหรือขึ้นไหลผ่านตัวเมืองและไหลไปบรรจบกับแม่น้ำโขง ลักษณะของเมืองมีหนองน้ำมากถึง 9 หนอง ได้แก่ หนองตุง หนองโตง หนองเย หนองแล้ง หนองยาง หนองโป่ง หนองเข้ หนองไค้ และหนองตาช้าง หนองดังกล่าวทำให้เชียงใหม่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยน้ำ เมืองเชียงใหม่มีประตูเมืองทั้งสิ้น 12 ประตู ทิศเหนือติดกับสิบสองพันนาของจีน ทางใต้ติดกับเมืองเชียงแสนของล้านนา และทางตะวันออกติดกับเมืองยอง ทิศตะวันตกติดกับพม่า(เมืองใหญ่ที่เป็นเมืองขึ้นของพม่า) เมืองเชียงใหม่มีชื่ออยู่หลายชื่อ เช่น เชียงตุงคบุรี เขมรัฐ เมืองเขม เมืองขึ้น เมืองเงิน และเขมรัฐนครเชียงใหม่ เป็นต้น

จากลักษณะทางกายภาพจะสังเกตเห็นความใหญ่โตของเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพญามังรายคงจะให้ความสำคัญกับเมืองเชียงใหม่เป็นอันดับต้น ๆ ในบรรดาเมืองในการครอบครองของพระองค์ มีทั้งภูเขาล้อมรอบเป็นปราการธรรมชาติเพื่อป้องกันผู้รุกราน ภายในเมืองมีความอุดมสมบูรณ์น้ำท่าบริบูรณ์ มี

ทั้งแม่น้ำไหลผ่าน ตลอดจนมีหนองน้ำที่อยู่ในเมืองถึง 9 หนอง เชียงตุงจึงเหมาะเป็นศูนย์กลางทางตอนเหนือของอาณาจักรที่พญามังรายให้ความสำคัญ หนึ่งชื่อของเมืองเชียงตุงที่เห็นว่ามีหลายชื่อก็เป็นเพราะผู้คนเดินทางมาได้เรียกชื่อแตกต่างกันไป

ประชากร

เมืองเชียงตุงเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีความสำคัญในทางการค้ามาตั้งแต่สมัยโบราณ นอกเหนือจากความอุดมสมบูรณ์ของเมืองแล้ว บริเวณนี้ยังเป็นทางผ่านของเส้นทางการค้าสายสำคัญที่พ่อค้าสามารถเดินทางจากยูนนานลงมายังเมืองเชียงรุ่ง เชียงตุง เชียงแสน ผาง เชียงใหม่ ทริภุญไชย (ลำพูน) และเกาะตะมาเมืองท่าสำคัญของมอญ ซึ่งความเป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้าของเชียงตุงนี้เอง จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีประชากรหลั่งไหลเข้ามาอยู่อาศัยในเมืองเชียงตุงเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ชาวจีนหรือฮั่นเป็นเจ้าของพื้นที่หรือเรียกว่าชาวพื้นเมือง ชาวล้านนามักเรียกชาวพื้นเมืองกลุ่มนี้ว่าพวกเงี้ยว ไทใหญ่ ไทลื้อหรือลัวะ(ละว้า) (สงวน โชติสุขรัตน์, 2552 : 259) ตำนานการสร้างเมืองเชียงตุงได้กล่าวเอาไว้ว่าพวกลัวะเป็นเจ้าของเมืองเชียงตุงก่อนที่พญามังรายจะสามารถยึดครองได้ นอกจากนี้ยังมีชาวจีน และชาวเขาเผ่าต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งประชากรทั้งหมดที่ได้กล่าวมานี้เป็นกลุ่มคนที่มีส่วนในการขับเคลื่อนเชียงตุง ให้มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านนาราชวงศ์มังรายตลอดจนปัจจุบัน

การสถาปนาอาณาจักรล้านนา

พญามังรายสืบเชื้อสายลวจักราชโดยเป็นกษัตริย์องค์ที่ 25 แห่งนครหริภุญไชย(พระยาประชากิจกรจักร, 2516 : 241) พระราชบิดามีพระนามว่าพญาลาวเมง พระราชมารตามพระนามว่าพระนางอ่วมิงจอมเมือง (พระนางเทพคำชายหรือพระนางเทพคำชายาย) เชื้อสายเมืองเชียงรุ่ง พญามังรายสืบราชสมบัติต่อจากพระราชบิดา พระองค์เป็นกษัตริย์ที่มีความเข้มแข็งกล้าหาญ และใช้ระยะเวลาตลอดการครองราชย์รวบรวมดินแดนต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างอาณาจักรล้านนาให้เข้มแข็ง เริ่มตั้งแต่การรวบรวมเมืองน้อยใหญ่ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับเมืองนครหริภุญไชยเพื่อไม่ให้ต่อต้านอำนาจของเมืองนครหริภุญไชย โดยอ้างสิทธิ์ที่สืบเชื้อสายตรงจากลวจักราช จากนั้นพระองค์ได้สร้างเมืองเชียงรายใน พ.ศ. 1805 เพื่อเป็นที่มั่นในการขยายดินแดนลงมาทางใต้ จากนั้นพระองค์จึงเข้าตีเชียงตุง และพระองค์ทรงสร้างเมืองเชียงตุงขึ้นมาใหม่ใน พ.ศ. 1810 เพื่อควบคุมเส้นทางการค้า และให้เชียงตุงเป็นเมืองหน้าด่านเพื่อเผชิญหน้ากับจีนทางตอนเหนือ

จากนั้นพระองค์ได้ขยายดินแดนลงมาทางใต้เพื่อผลประโยชน์ทางการค้าและแสดงถึงการแผ่แสนยานุภาพของอาณาจักรล้านนาเป็นสำคัญ เมืองทางใต้ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญ คือ แคว้นทริภุญไชย ซึ่งมีเมืองหลวงอยู่ที่เมืองลำพูน โดยสามารถใช้เป็นเส้นทางออกไปยังเมืองเกาะตะมาเพื่อเปิดสู่เส้นทางการค้าชายทางทะเลต่อไป ทริภุญไชยเป็นแคว้นที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้ามาตั้งแต่

โบราณ เป็นศูนย์กลางทางการค้าตั้งแต่สมัยพระนางจามเทวี พระองค์ทรงวางแผนครองทริภุชไชยใช้เวลายาวนานถึง 7 ปี และสามารถยึดครองแคว้นทริภุชไชยได้ใน พ.ศ.1835 โดยการให้อ้ายฟ้า (คณะอนุกรรมการตรวจสอบและชำระตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ , 2538 : 14) ดำเนินการเป็นไส้ศึก และสามารถวางแผนยึดครองทริภุชไชย(ลำพูน) สำเร็จ จากนั้นจึงได้เมืองเขลางค์นคร (ลำปาง) เป็นลำดับต่อมา พระองค์ได้สร้างเวียงกุมกามขึ้นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำปิง โดยต้องการใช้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจแทนที่แคว้นทริภุชไชย เวียงกุมกามเป็นราชธานีได้ไม่นานก็หมดความสำคัญไป เนื่องจากที่ตั้งไม่เหมาะสม พร้อมทั้งประสบกับปัญหาภัยธรรมชาติอยู่บ่อยครั้ง จนกระทั่งพญามังรายได้สถาปนาราชธานีแห่งใหม่บริเวณเชิงดอยสุเทพซึ่งมีสภาพภูมิประเทศที่ดีกว่าเวียงกุมกาม

การสร้างเมืองใหม่ขึ้นบริเวณเชิงดอยสุเทพ พระองค์ได้เชิญพระสหายของพระองค์ทั้งสอง คือ พญางำเมือง(พญางำเมืองเป็นพระประยูรญาติของพญามังราย โดยพญางำเมืองแห่งแคว้นพะเยา ซึ่งสืบเชื้อสายมาจาก ลวจักราชเช่นเดียวกับพญามังราย) และพญาร่วง(พ่อขุนรามคำแหง)แห่งกรุงสุโขทัย มาร่วมพิจารณาสภาพทั่วไปและที่ตั้งของราชธานีแห่งใหม่ใน พ.ศ. 1839 และถวายนามเมืองใหม่ว่า “เมืองนพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนาใน พ.ศ. 1860 หากสังเกตจากการสถาปนาอาณาจักรล้านนาของพญามังราย พระองค์รวบรวมดินแดนจากทางตอนเหนือลงมาทางใต้ พระองค์สามารถขยายดินแดนจนติดกับกรุงสุโขทัย ทางตะวันออกเฉียงใต้อาณาเขตติดกับแคว้นพะเยาหรือภูเกายาว ดังนั้นล้านนาจึงเริ่มขยายตัวทางการค้าเพิ่มมากขึ้น มีการตั้งศูนย์กลางทางการค้าขึ้น ในบรรดาศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญของล้านนาก็คือเมืองเชียงตุง มีการค้าขายกับเมืองทางตอนเหนือมีการค้าขายกับชาวจีนตอนใต้อีกด้วย

พญามังรายทรงเป็นปฐมพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์มังราย พระองค์ครองราชย์รวมทั้งสิ้น 58 ปี และประทับอยู่เมืองเชียงใหม่นานถึง 21 ปี และสวรรคตโดยการต้องอสุนีบาต (ฟ้าผ่า) คราวเสด็จประพาสตลาดในตัวเมืองเชียงใหม่

การสร้างเมืองเชียงตุง

การสร้างเมืองเชียงตุงเริ่มตั้งแต่พญามังรายขยายดินแดนเพื่อป้องกันภัยสงครามจากจีนทางทิศเหนือ เมื่อขึ้นครองราชย์พระองค์ได้สร้างความเป็นปึกแผ่นให้กับเมืองทริภุชไชยเงินยางด้วยเหตุผลทางการเมือง พระองค์ได้ตีเมืองน้อยใหญ่ที่ต้องการจะแยกตัวออกเป็นอิสระเพื่อสร้างเอกภาพและต้องการกองกำลังที่ใหญ่ขึ้นเพื่อต่อต้านอำนาจราชวงศ์หยวนของจีน ใน พ.ศ. 1805 พญามังรายได้ทรงสร้างเมืองเชียงตุง ซึ่งแสดงถึงการประกาศความยิ่งใหญ่ของพระองค์ และมีความประสงค์ที่จะรวบรวมอาณาจักรทางเหนือขึ้น ขณะเดียวกันอาณาจักรสุโขทัยได้ก่อกำเนิดขึ้นมาทางใต้แล้ว พระองค์จึงขยายดินแดนทางด้านเหนือโดยรวบรวมเมืองน้อยใหญ่เพื่อขยายอาณาจักร ในขณะนั้นเมืองเชียงตุงมีพวกลาวหรือละว้าอาศัยอยู่ พญามังรายจึงมีพระราชดำริที่จะยึดเมืองเชียงตุง ซึ่งเป็นเมืองที่มีชัยภูมิ

ที่ตีทั้งด้านการเมืองและการค้าให้มาอยู่ในการปกครองของพระองค์ พระองค์ยกทัพเข้าตีแต่ไม่สำเร็จ พระองค์จึงได้ให้มังคุดและมังคเียน(สงวน โขติสุขรต์น์ , 2552 : 260) สองพี่น้องซึ่งเป็นชาวลัวะแต่งกลอุบายเข้าไปอยู่กับชาวลัวะในเมืองเชียงตุง จากนั้นอีก 3 ปี มังคุดและมังคเียนได้แจ้งทางพญามังรายให้ยกทัพเข้าตีเมืองเชียงตุงและสามารถจับตัวมังคเียนผู้ปกครองเมืองเชียงตุงไว้ได้ พระองค์ทรงขับไล่ชาวลัวะทั้งหลายให้ขึ้นไปตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณเชิงเขา เพื่อไม่ให้สามารถเดินทางลงมายังเมืองเชียงตุงอีกต่อไป และสาปแช่งว่าถ้าชาวลัวะเดินทางลงมายังเมืองเชียงตุง เมื่อได้ยินเสียงกบเสียงเขียดร้องก็ขอให้เจ็บไข้ได้ป่วยและมีอันเป็นไปต่าง ๆ นา ๆ ดังนั้นชาวลัวะจึงกลายเป็นชาวป่าชาวเขานับตั้งแต่นั้นมา(สงวน โขติสุขรต์น์ , 2552 : 260)

เมื่อสามารถยึดครองเมืองเชียงตุงได้แล้ว พญามังรายจึงดำริให้สร้างเมืองเชียงตุงขึ้นใหม่บริเวณพื้นที่เดิมใน พ.ศ. 1810 (สงวน โขติสุขรต์น์, (2552 : 260) เมื่อสร้างเสร็จพญามังรายพระราชทานนามเมืองว่า “เมืองเชียงตุง” หรือ “เชียงตุงคบุรี” แต่เอกสารบางแหล่งก็เรียก “เมืองเขม” “เมืองเขมรัฐ” “เขมรัฐนคร” “เมืองชิน” หรือ “เขมรัฐโขติตุงคบุรี” (สงวน โขติสุขรต์น์, 2552 : 260) ซึ่งถือว่าเป็นเมืองเดียวกัน การสร้างเมืองเชียงตุงของพญามังรายทำให้เชียงตุงเปลี่ยนสภาพจากเมืองของพวกลัวะกลายเป็นเมืองหน้าด่านที่มีความสำคัญทั้งทางด้านการเมือง ยุทธศาสตร์ และการค้า ทำให้เชียงตุงในยุคที่ล้านนาปกครองมีการส่งเชื้อพระวงศ์มาปกครองซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเมืองเชียงตุง

เชียงตุงยุคล้านนาปกครอง

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าเชียงตุงได้ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยพญามังราย ด้วยเหตุผลประการแรก คือ ทางการเมือง เพื่อที่จะให้เชียงตุงเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในทางทิศเหนือของอาณาจักรล้านนา เหตุผลอีกประการหนึ่งคือ เชียงตุงเป็นเมืองที่สร้างอยู่บนเส้นทางการค้ามาตั้งแต่โบราณ หลังจากสามารถยึดครองเมืองเชียงตุงได้แล้วพญามังรายได้ให้มังคุดและมังคเียนครองเชียงตุงจากการที่พระองค์ได้ให้ผู้วางอุบายครองเมือง คงจะรักษาน้ำใจขุนนางของพระองค์ ตลอดจนเป็นการให้รางวัลที่สามารถทำงานได้สำเร็จ อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ได้เปลี่ยนไปเมื่อผู้ครองเชียงตุงในระยะแรกได้เสียชีวิตไป เชียงตุงจึงอยู่ใต้การปกครองของราชวงศ์มังรายอย่างสมบูรณ์แบบ โดยเจ้าน้ำท่วมเป็นเชื้อพระวงศ์พระองค์แรกที่เดินทางขึ้นมาครองเชียงตุง พระองค์เป็นพระโอรสของพญาไชยสงคราม (เจ้าน้ำท่วมเป็นหลานปู่ของพญามังราย) ซึ่งมีความสามารถในการรบเป็นอย่างมากสามารถยึดครองเชียงใหม่คืนมาจากเจ้าอาว* คือ ขุนเครือที่ครองเมืองนายได้ยกทัพมาชิงเอาเมืองเชียงใหม่จากพญา

* “อาว” ภาษาเหนือแปลว่า อาหรือน้ำ ที่เป็นผู้ชาย ส่วนคำว่า “อา” ใช้เรียกอหรือน้ำที่เป็นผู้หญิง โดยลักษณะการเรียกนี้ไม่ว่าจะเป็นน้องของพ่อหรือน้องของแม่ก็ใช้ลักษณะในการเรียกเช่นเดียวกันนี้ โดยไม่แบ่งการเรียกตั้งเช่นคนภาคกลาง

แสนภู(พระเชษฐาของเจ้าน้ำท่วม) เมื่อสามารถยึดครองเชียงใหม่ได้แล้วพญาไชยสงครามได้ให้เจ้าน้ำท่วมอยู่รักษาเมืองเชียงใหม่ เจ้าน้ำท่วมรักษาเมืองได้เพียง 2 ปี พญาไชยสงครามทรงเกรงว่าเจ้าน้ำท่วมจะคิดกบฏ จึงให้เจ้าน้ำท่วมมาครองเชียงตุงตามเดิมเนื่องจากเจ้าน้ำท่วมมีความสามารถมากในการรบ และเชียงตุงเป็นเมืองหน้าด่านที่มีความสำคัญทางเหนือของอาณาจักร ขณะครองเชียงตุงเจ้าน้ำท่วมได้แสดงถึงความสามารถในการรบโดยพระองค์สามารถรบต้านทัพของจีนฮ่อได้ เจ้าน้ำท่วมครองเชียงตุงจนกระทั่งทิวงคตโดยมีโอรสพระนามว่าเจ้าน่านาน (วัดท่ากระดาน, 2541 : 73)เป็นผู้ครองเมืองเชียงตุงต่อจากพระบิดา เจ้าน่านานเป็นผู้ครองเมืองเชียงตุงที่มีความเก่งกล้าสามารถในการรบเช่นเดียวกับพระบิดา พระองค์สามารถรบชนะและสามารถสังหารแม่ทัพจีนฮ่อได้ ทำให้กองทัพจีนฮ่อต้องถอยร่นกลับไป เจ้าน่านานครองเมืองเชียงตุงต่อมาจนทิวงคต จากนั้นผู้ครองเมืองเชียงตุงต่อมาคือ เจ้าสามหมื่นห้วย เจ้าอ้ายลก และเจ้าใส่น้ำ(เจ้าสามหมื่นห้วย เจ้าอ้ายลก และเจ้าใส่น้ำ ทั้ง 3 พระองค์คงจะเป็นขุนนางผู้ใหญ่ที่ได้มาปกครองเมืองเชียงตุงเท่านั้น จึงไม่มีประวัติเป็นที่แน่นอนและไม่ได้บันทึกไว้ในที่สุด พระนามที่นำหน้าด้วยคำว่าเจ้าน่าจะเป็นการให้เกียรติในฐานะผู้ที่เคยปกครองเชียงตุง ดุโน (สร้อยดี อ่องสกุล, 2553 : 228) ตามลำดับ สมัยผู้ปกครองเมืองเชียงตุงทั้ง 3 พระองค์นี้หลักฐานได้ชำรุดและขาดหายไปมีการบันทึกไว้เพียงแต่รายพระนามผู้ครองเมืองเท่านั้น โดยไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมืองเอาไว้เลย

ความสัมพันธ์ระหว่างเชียงตุงกับล้านนายุคราชวงศ์มังรายปกครอง

ความสัมพันธ์ระหว่างเชียงตุงกับอาณาจักรล้านนามีมาตั้งแต่ยุคพญามังรายทรงเริ่มขยายบ้านเมืองสร้างเมืองเชียงราย ผาง เชียงตุง เวียงกุมกาม และเชียงใหม่ ในระยะเริ่มแรกของการสร้างอาณาจักร พญามังรายได้สร้างเมืองเชียงตุงให้ใหญ่ขึ้น เชียงตุงมีฐานะเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญป้องกันภัยคุกคามทางด้านเหนือจากจีน อีกทั้งเพื่อควบคุมเส้นทางการค้าระหว่างจีนยูนนานกับเมืองทางตอนล่าง เชียงตุงมีความสัมพันธ์กับล้านนาอย่างมากทั้งในเรื่องของการเมืองและการค้า ในยุคที่ราชวงศ์มังรายปกครองล้านนานั้น ความผูกพันระหว่างเชียงตุงและล้านนาขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้ปกครองเป็นหลัก

ความสัมพันธ์ทางการค้า

ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างเชียงตุงกับล้านนามีหลายด้านและยาวนาน ทั้งในด้านการเมือง การปกครอง ศาสนาและด้านการค้า โดยเชียงตุงมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับเมืองต่าง ๆ ที่อยู่ในอาณาเขตของล้านนามาแต่โบราณ ซึ่งเดิมศูนย์กลางทางการค้าอยู่ที่หริภุญไชยและเมื่อพญามังรายสามารถยึดครอง หริภุญไชย พระองค์จึงสถาปนาอาณาจักรล้านนาขึ้นโดยเปลี่ยนศูนย์กลางทางการค้ามาอยู่ที่เชียงใหม่ เชียงตุงจึงดำเนินความสัมพันธ์ทางการค้ากับล้านนาโดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการค้า และส่งสินค้าไปขายยัง เมืองต่าง ๆ ได้สะดวก

เนื่องจากเชียงตุงอยู่บนเส้นทางการค้าโบราณซึ่งพ่อค้าชาวจีนได้เดินทางเข้ามาค้าขายในหริภุญไชยเพราะเป็นอาณาจักรที่มั่งคั่งและมั่นคงมาก่อนที่อาณาจักรล้านนาจะเข้าปกครอง การค้าในยุคราชวงศ์มังรายเป็นการค้าขายในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรและข้าวของที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเมืองเป็นหลัก การแลกเปลี่ยนสินค้านี้เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างเมืองหรือดินแดนที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ทำให้สินค้าทางการเกษตรตลอดจนสินค้าที่มีในแต่ละเมืองมีการหมุนเวียนกันในวงแคบ ต่อมาจึงเกิดพ่อค้าคนกลางขึ้นเพื่อเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงการค้าขายหรือนำสินค้าจากเมืองหนึ่งไปยังอีกเมืองหนึ่ง โดยพ่อค้าคนกลางมีทั้งชาวจีนและชาวพื้นเมือง

ระบบเศรษฐกิจของทั้งอาณาจักรล้านนาและเชียงตุงมีการทำเกษตรกรรมเป็นหลัก และเป็นพื้นฐานของการเลี้ยงชีพ มีการทำการค้าขายควบคู่กันไป กลุ่มพ่อค้าชาวจีนที่เดินทางมาแบบกองคาราวานและเดินทางไปยังดินแดนต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นพ่อค้าคนกลาง ทางด้านพ่อค้าชาวพื้นเมืองมีหน้าที่นำสินค้าจากถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีการเดินทางยากลำบากมาขายต่อกับพ่อค้าจากแดนไกล โดยนำออกมาขายยังตลาดที่มีการค้าขายแลกเปลี่ยนกัน สินค้าที่พ่อค้าชาวจีนและพ่อค้าพื้นเมืองนำมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน จะเป็นสินค้าที่มีการขาดแคลนและเป็นที่ต้องการของพื้นที่ต่าง ๆ พ่อค้าชาวจีนเดินทางมาจากยูนนานโดยใช้ล่อ (ล่อเป็นสัตว์ที่ได้จากการผสมพันธุ์ระหว่างม้ากับลา ดังนั้นสามารถเดินทางไกลได้เหมือนลาแต่มีความเร็วเหมือนม้า) และม้าเป็นพาหนะในการขนส่งสินค้า เมื่อการค้าขยายตัวมากขึ้น จึงมีการใช้โคต่างในการบรรทุกสินค้า และมีการเดินทางเป็นขบวนในรูปแบบของกองคาราวาน ทางด้านพ่อค้าพื้นเมืองมักใช้โคขนส่งสินค้า การใช้โคขนส่งสินค้าของชาวพื้นเมืองนี้บ่งบอกถึงการทำเกษตรกรรม เพราะชาวพื้นเมืองจะใช้โคในการทำเกษตรกรรมเมื่อเดินทางมาแลกเปลี่ยนสินค้านี้ก็จะใช้พาหนะที่มีอยู่ในท้องถิ่นและใช้ในการทำเกษตรกรรมอยู่แล้ว โดยมากจะเรียกพ่อค้าเหล่านี้ว่าพ่อค้าวัวต่าง (ชวิศา ศิริ, 2550 : 126) ล่อต่าง ม้าต่าง ซึ่งหมายถึงการเทียมเกวียนเพื่อค้าขาย

ลักษณะทางการค้าของล้านนาและเชียงตุงในยุคราชวงศ์มังรายปกครอง

ในยุคที่ราชวงศ์มังรายปกครองอยู่นั้น (ในยุคนี้เชียงตุงเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา) เมืองต่าง ๆ ในอาณาจักรล้านนามีการสร้างตลาดไปพร้อม ๆ กับการสร้างเมือง ขนาดของเมืองบางครั้งขึ้นอยู่กับจำนวนของตลาดในเมืองนั้น ซึ่งแสดงถึงการมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก การค้าขายจึงขยายตัวตาม ผู้ปกครองเมืองจะได้รับผลประโยชน์จากภาษีอากรในลักษณะต่าง ๆ และรายได้จากสินค้าที่ทำกำไรให้กับผู้ปกครองเมือง คือ สินค้าผูกขาดจำพวกของป่า มีลักษณะเป็นสินค้าต้องห้าม ราษฎรต้องนำมาส่งส่วยให้กับผู้ปกครองหรือเจ้าเมือง โดยผู้ปกครองสามารถค้าขายได้ สินค้าของป่า ได้แก่ น้ำรัก น้ำผึ้ง งาช้าง นอแรด ครั่ง และสีเสียด เป็นต้น และจะถูกส่งไปขายให้กับพ่อค้าต่างแดนอย่างเสรี ซึ่งการค้าขายในล้านนาผู้ปกครองเมืองต่าง ๆ ในช่วงราชวงศ์มังรายปกครองอยู่ สามารถทำการค้าขายและสร้างความมั่งคั่งให้กับตนเองได้โดยไม่ต้องผ่านการควบคุมจากเมืองศูนย์กลางการปกครอง ดังนั้นยุคปลายของการปกครองสมัยราชวงศ์มังรายจึงทำให้อาณาจักรล้านนาสูญเสียความเป็นเอกภาพ เนื่องจากขุนนางตลอดจนผู้ปกครองหัวเมืองล้านนามีการสะสมอำนาจ และทำทลายอำนาจของกษัตริย์ ทำให้อาณาจักรล้านนาอ่อนแอลงจนนำไปสู่การล่มสลายของราชวงศ์มังรายในที่สุด

ปัจจัยสำคัญทางการค้าของเชียงตุงและล้านนา

นับตั้งแต่เชียงตุงเป็นรัฐอิสระจนถึงการสถาปนาเมืองเชียงตุงในสมัยล้านนา การค้ามีการเจริญเติบโตตามลำดับ เนื่องจากอยู่บนเส้นทางการค้าที่สำคัญในสมัยโบราณ เป็นเส้นทางที่ชาวจีนฮ่อเดินทางจากตอนใต้ของจีนมาทำการค้าขายแลกเปลี่ยนกับชาวพื้นเมือง โดยศูนย์กลางการค้าแต่เดิมอยู่ที่หริภุญไชย มีการติดต่อค้าขายกับชาวพื้นเมืองที่อยู่ในพม่า พ่อค้าชาวมอญ พ่อค้าชาวละโว้ และพ่อค้าชาวไต* ด้วยเหตุนี้ ดินแดนล้านนาจึงเป็นศูนย์กลางมาตั้งแต่เริ่มต้นโดยอาศัยรากฐานมาจากหริภุญไชย โดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ล้านนาและเชียงตุงมีความสำคัญทางการค้ามีอยู่หลายปัจจัยดังนี้

ภูมิประเทศ

ในยุคจารีตเป็นยุคที่มีการปกครองในระบบกษัตริย์ มีการรบพุ่งเพื่อขยายอำนาจเป็นหลัก ส่วนการค้าเป็นผลสืบเนื่องจากการครอบครองดินแดน ภูมิประเทศของแต่ละดินแดนจึงเป็นส่วนสำคัญในการรักษาเอกราชของแต่ละเมือง ภูมิประเทศที่มีลักษณะเด่นของทั้งเชียงตุงและล้านนามีภูเขาสูง และมีแม่น้ำสำคัญหลายสายเพื่อใช้ในการเกษตรกรรมอันเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในการคมนาคมทางน้ำ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวทำให้ดินแดนเชียงตุงและล้านนามี

* เมืองไตหรือชาวไต ขณะนั้นหมายถึงอโยธยาหรือภายหลังคือกรุงศรีอยุธยา ปัจจุบันคำนี้ยังใช้เรียกกันในภาคเหนือของประเทศไทย ที่มักจะเรียกพื้นที่เมืองในภาคกลางของไทยปัจจุบันว่าเมืองไต (เป็นภาษาพูด)

ระบบเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายการค้าตั้งแต่สมัยโบราณ โดยมีพ่อค้าชาวจีนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และในขณะเดียวกันพ่อค้าพื้นเมืองก็มีส่วนในการช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจขยายตัวมากขึ้นโดยมีศูนย์กลางการค้าอยู่ที่แคว้นทริภุญไชย

ภูมิประเทศของอาณาจักรล้านนามีลักษณะเป็นภูเขาสูงและมีที่ราบลุ่มแม่น้ำปิงตอนบนอันเป็นที่ตั้งของเมืองต่าง ๆ ในล้านนา อีกทั้งยังมีเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการค้าของล้านนาที่ขึ้นมาแทนทริภุญไชยซึ่งล่มสลายไป จากที่ได้กล่าวมาแล้วเบื้องต้นถึงลักษณะภูมิประเทศของล้านนาว่า มีความพิเศษอยู่ที่การมีภูเขาสูง และมีพื้นที่ราบอยู่ไม่มาก ตามช่องเขามีลำธารเล็ก ๆ ไหลลงมาจากทิศเหนือลงมายังตอนใต้เกิดเป็นแม่น้ำหลายสายที่หล่อเลี้ยงเมืองที่อยู่ใกล้บริเวณลำน้ำหรือแม่น้ำแม่น้ำที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน กก และแม่น้ำโขง เป็นต้น แม่น้ำเหล่านี้ไม่เพียงเป็นแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำเกษตรกรรมของเมืองต่าง ๆ แต่ยังเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญด้วยความสำคัญของเมืองจึงขึ้นอยู่กับสภาพทำเลที่ตั้งและแหล่งน้ำ ซึ่งจะเห็นได้จากเมืองที่สำคัญของอาณาจักรล้านนามักจะมีตัวเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสายสำคัญ

ภูมิประเทศของเมืองเชียงตุงเหมาะแก่การเป็นศูนย์กลางทางการค้าของล้านนาทางตอนเหนือ เพราะอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสำคัญถึง 2 สายคือแม่น้ำสาละวิน กับแม่น้ำโขง โดยมีแม่น้ำชิน(วัดท่ากระดาน, 2541 : 68) ชิน หรือชินไหลผ่านตัวเมือง ดังนั้นเชียงตุงจึงสามารถแข่งเมืองหรือไม่ยอมรับอำนาจการปกครองของล้านนาในบางช่วงระยะเวลาที่กษัตริย์ราชวงศ์มังรายอ่อนแอ หรือเกิดปัญหาภายในอาณาจักรล้านนา กรณีนี้สามารถสังเกตจากช่วงปลายราชวงศ์มังราย เจ้าเมืองเชียงตุงเอาใจออกห่างโดยการรับเอาคติของพระพุทธศาสนาจากพม่า (ทวี สว่างปัญญาภูกร, 2533 : 47.)

เครือข่ายการค้าก่อนสถาปนาอาณาจักรล้านนา

แคว้นทริภุญไชยเป็นดินแดนที่เก่าแก่ที่สุดบริเวณภาคเหนือของไทย และมีความเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม แต่ประวัติศาสตร์ของทริภุญไชยเป็นอาณาจักรที่ไม่ได้รับความสนใจในการศึกษาเท่าที่ควร โดยมากแล้วการศึกษาประวัติศาสตร์ของอาณาจักรในภูมิภาคนี้จะอยู่ที่ล้านนาเป็นหลัก ดังนั้นการศึกษาประวัติศาสตร์ทริภุญไชยจึงถือว่ามีน้อยและเมื่อความสำคัญของทริภุญไชยถูกแทนที่ด้วยอาณาจักรล้านนาของพระยามังราย ทริภุญไชยจึงสูญเสียสิ้นความเป็นรัฐโบราณในอดีตที่เคยเจริญรุ่งเรือง

ทริภุญไชยเป็นอาณาจักรที่มีการปกครองเป็นเอกเทศ เมืองที่สำคัญอยู่ที่ทริภุญไชย (ลำพูน) และเมืองรองลงมาคือนครเขลางค์ (ลำปาง) มีความสัมพันธ์กับอาณาจักรอื่น ๆ ทั้งในด้านการเมือง ศาสนาและเศรษฐกิจการค้า ทางด้านการค้าทริภุญไชยเป็นอาณาจักรที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

โดยอาศัยเส้นทางสายทองคำ* ที่พ่อค้าชาวจีนฮ่อเดินทางมาจากบริเวณตอนใต้ของจีน เดินทางผ่านบ้านเมืองน้อยใหญ่ตามหุบเขาต่าง ๆ ลงมายังหริภุญไชยเพื่อค้าขาย พ่อค้าบางกลุ่มได้เดินทางต่อไปยังเมืองท่าของอาณาจักรมอญบริเวณมะละแหม่ง ดังนั้นพญามังรายจึงได้เข้ายึดครองหริภุญไชยและสถาปนาอาณาจักรล้านนาขึ้น โดยอาศัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของหริภุญไชยบริเวณพื้นที่แอ่งเชียงใหม่ – ลำพูน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับกองทัพล้านนา(รัตนพร เศรษฐกุล, 2552 : 50)

ลักษณะการค้าของอาณาจักรล้านนายุคราชวงศ์มังราย

ล้านนาในยุคราชวงศ์มังรายปกครองนั้น มีการทำเกษตรกรรมเป็นพื้นฐานเศรษฐกิจของอาณาจักร และมีการค้าระหว่างรัฐเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับกษัตริย์ การค้าทำให้ฐานะของกษัตริย์ในยุคจารีตมีความมั่นคงและร่ำรวยเพื่อใช้จ่ายในการทหาร ซึ่งมีผลต่อความมั่นคงของอาณาจักร ดังนั้นเมื่อพญามังรายยึดครองหริภุญไชย จึงทำให้การสถาปนาอาณาจักรล้านนาได้รับประโยชน์ด้านการค้า โดยสามารถค้าขายกับเมืองท่าของมอญ สุโขทัย และกรุงศรีอยุธยาได้ โดยพื้นฐานทางด้านการค้าของหริภุญไชย ส่งผลให้เชียงใหม่ค้าขายได้สะดวกกว่าเมืองเชียงรายและเชียงแสน และเมืองที่สำคัญทางด้านการค้าของอาณาจักรล้านนา คือ เชียงใหม่ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการค้าของอาณาจักร ส่วนเชียงแสนเป็นศูนย์กลางทางการค้าด้านเหนือของอาณาจักร และเชียงตุง** เป็นศูนย์กลางทางการค้ากับจีนและรัฐไททางเหนือของอาณาจักรเพื่อส่งต่อมายังเชียงแสนลงมายังเชียงใหม่

เส้นทางการค้าของเชียงตุงยุคราชวงศ์มังรายปกครองล้านนา

เส้นทางการค้าภายในและภายนอกอาณาจักรล้านนาในยุคนี้ สามารถสร้างความมั่งคั่งให้กับกษัตริย์ และสามารถสร้างความมั่นคงต่ออาณาจักร เส้นทางการค้าสายทองคำหรือเส้นทางการค้าสายเหนือของล้านนาเป็นเส้นทางสายสำคัญที่ส่งผลต่อเชียงตุงเส้นทางการค้าสายนี้เริ่มต้นที่เมืองคูนหมิง – เชียงรุ่ง – เชียงตุง – เชียงแสน – เชียงราย – พะเยา – เชียงใหม่ – ลำพูน – ตาก – มะละแหม่งหรือเกาะตะมะ เส้นทางสายนี้เป็นเส้นทางการค้าตอนบนของอาณาจักรล้านนา และใช้ในการติดต่อค้าขายกับชาวจีนฮ่อ ชาวเงี้ยว และหัวเมืองไทใหญ่ และเชียงตุงมีบทบาทมากบนเส้นทางสายนี้ เพราะเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่ติดต่อกับจีน สินค้าสำคัญคือ เครื่องเคลือบ เครื่องทองเหลืองจากจีน เปลือกสิริหารจากน่าน และสินค้าพื้นเมืองจากไทใหญ่

* เป็นเส้นทางที่ชาวจีนเดินทางซื้อขายแลกเปลี่ยนกับดินแดนต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยใช้ทองคำเป็นสื่อกลางในการค้าขาย

** เชียงตุงเป็นเมืองในอาณาจักรกึ่งประเทศราช มีเจ้าฟ้าหรือกษัตริย์ของตนเอมีเชื้อสายพญามังราย ดังนั้นเชียงตุงจึงเป็นหัวเมืองล้านนาเมืองหนึ่ง ซึ่งมีผู้ปกครองเชื้อสายพญามังราย

สินค้าสำคัญของเชียงตุง

เชียงตุงเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านการค้าทางตอนเหนือของอาณาจักรล้านนา อีกทั้งยังมีความอุดมสมบูรณ์ สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายโดยผลิตผลจากการเกษตรมีค่อนข้างน้อยเพราะเนื้อที่ทำการเกษตรน้อย จากการที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นดินแดนที่อุดมไปด้วยภูเขาสูงและป่าไม้ ดังนั้นสินค้าของเชียงตุงจึงเป็นสินค้าประเภทของป่าเป็นหลัก เช่น น้ำรัก ครั่ง พริกแห้ง ของป่านานาชนิด งาช้าง น้ำผึ้ง ไม้ฝาง ไม้จันทน์ และทาส(สมมะโน ณ เชียงใหม่, 2538 : 37) เป็นสำคัญ อีกทั้งที่ตั้งที่เป็นเส้นทางการค้าโบราณที่เรียกว่า เส้นทางสายทองคำ (Golden Road)(วราภรณ์ เรืองศรี, 2550 : 68) ที่เริ่มจากยูนานลงมายังหริภุญไชย ดังนั้นสินค้าของชาวจีนฮ่อมีอยู่มาก เช่น เครื่องถ้วยชาม เครื่องปั้นดินเผา และหยก เป็นต้น สินค้าเชียงตุงและเมืองไทใหญ่ได้ถูกลำเลียงมายังศูนย์กลางทางการค้าภายในอาณาจักรล้านนาระยะแรกโดยผ่านชาวจีนฮ่อ (ชาวจีนทางตอนใต้) ระยะหลังโดยชาวเชียงตุง และชาวพื้นเมืองได้เดินทางค้าขายกันเองเป็นจำนวนมาก ทำให้การค้าของอาณาจักรขยายตัวมากขึ้น

สินค้าสำคัญที่หมุนเวียนในล้านนา

เนื่องจากเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ทำให้สินค้าและผลผลิตจากเมืองต่าง ๆ จึงหมุนเวียนกันมาที่เชียงใหม่ หริภุญไชยหรือลำพูน เป็นเมืองที่มีเศรษฐกิจที่ผูกติดกับเชียงใหม่โดยลักษณะสินค้าสำคัญคือข้าว ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของเมืองที่อยู่ในที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง ลำปางซึ่งเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของอาณาจักรล้านนาทางตอนใต้ มีพืชเศรษฐกิจคือ ข้าว ยาสูบและของป่า เชียงแสนเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำกก สินค้าที่นำมาจากเชียงแสนโดยมากเป็นสินค้าที่ได้รับจากชาวไทใหญ่ซึ่งนำมาแลกเปลี่ยน และเชียงแสนได้นำมาค้าขายอีกทอดหนึ่ง ได้แก่ น้ำรัก ครั่ง และของป่าชนิดต่าง ๆ น่านเป็นเมืองที่มีเกลือสินเธาว์เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ และแพร่เป็นเมืองที่มีสี่เสียดจำนวนมาก นอกเหนือจากนี้ยังมีทองคำ ตะกั่ว เป็นต้น เมืองต่าง ๆ ในล้านนามักจะมีของป่า เช่น น้ำผึ้ง งาช้าง นอแรด เหล็ก ไม้จันทน์ และกำยาน เป็นต้น

พ่อค้าที่สำคัญ

กลุ่มพ่อค้าที่มีบทบาทต่อการค้าภายนอกอาณาจักรยุคราชวงศ์มังรายปกครองมีอยู่จำนวนมากหลากหลายกลุ่มด้วยกัน ล้านนามีขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจที่สูง เป็นทั้งศูนย์กลางการรับซื้อสินค้าและกระจายสินค้า อีกทั้งยังมีสินค้าท้องถิ่นที่มีความต้องการของพ่อค้าภายนอก ทำให้มีพ่อค้าที่มีความหลากหลายเข้ามายังล้านนา

พ่อค้าจากเมืองทางใต้หมายถึงเมืองที่อยู่ในทางทิศใต้ของล้านนา และเป็นเมืองท่าทางทิศใต้ ได้แก่ สุโขทัย อโยธยา และเมืองท่าหรือเมืองที่อยู่ใกล้ชายฝั่ง สินค้าที่เมืองทางใต้นำขึ้นมาค้าขายยังล้านนาโดยมากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น สินค้าประเภทผ้า และกระจกเงา(ชวีศา ศิริ, 2550 : 126) ซึ่ง

เป็นสินค้าที่หายากในล้านนา พ่อค้าจากเมืองทางใต้มักเดินทางมาแลกเปลี่ยนสินค้าดังกล่าวกับสินค้าพื้นเมือง และของป่าจากทางล้านนา สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ หนังสัตว์ กายาน ไม้ฝาง ชะมด เรียง(เซียง) (ชวิศา ศิริ, (2550 : 126) น้ำผึ้ง ช้าง ครั่ง และสีเสียด เป็นต้น สินค้าที่ซื้อขายต้องการอย่างมากและเดินทางมาทำการค้าขายถึงเชียงใหม่ คือ หนังกวาง(ชวิศา ศิริ, 2550 : 126) เพราะมีราคาถูกมากและสามารถนำไปค้าขายต่อได้ในราคาที่สูง ดังนั้นพ่อค้าจากเมืองทางใต้จึงเดินทางเข้ามาค้าขายในล้านนา จึงทำให้การค้าขายภายในอาณาจักรมีการขยายตัวในวงกว้างและมีความมั่งคั่งจากสินค้าประเภทของป่า พ่อค้าเมืองล้านช้างเดินทางมาจากอาณาจักรล้านช้าง ล้านช้างสืบเชื้อสายมาจากขุนเจืองแห่งลาวจากราช ซึ่งเป็นเชื้อสายเดียวกับพญามังรายผู้สถาปนาอาณาจักรล้านนา(สร้อยสวัสดิ อ่องสกุล, 2553 : 54) พ่อค้าจากล้านช้างติดต่อกับล้านนาโดยผ่านมาทางพะเยา เชียงแสน เชียงราย และน่าน โดยพ่อค้าล้านช้างได้นำสินค้าประเภท เกลือ ยาส้ม ปลาส้ม(ชวิศา ศิริ, 2550 : 125) ปลาจ๋า ครั่ง และกายาน เข้ามาทำการค้ากับล้านนาถึงเชียงใหม่ ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะถูกกระจายสินค้าต่อไปยังดินแดนอื่น ๆ พ่อค้าจีนเดินทางมาค้าขายในดินแดนล้านนาโดยผ่านทางเชียงตุง เชียงแสน เชียงราย ฝาง ลงมาถึงเชียงใหม่ เอกสารโบราณได้มีการกล่าวถึงกองคาราวานของพ่อค้าจีน เข้ามาทำการค้าขายในยุคราชวงศ์มังรายปกครองล้านนา ปีละ 10 กว่าเที่ยว(ชวิศา ศิริ, (2550 : 124) สินค้าที่พ่อค้ากลุ่มนี้ได้นำเข้ามาค้าขายในล้านนา ได้แก่ ฝิ่น ผ้าไหม เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก และโลหะต่าง ๆ เครื่องทองเหลือง เครื่องทอง เครื่องเงิน และของป่าหลายชนิด เช่น ขี้ผึ้ง ขนสัตว์ ชะมดเซ็ด เป็นต้น และสินค้าเกษตร พ่อค้าชาวจีนมีการเดินทางค้าขายโดยใช้กองคาราวานที่ใช้สัตว์เป็นพาหนะ เช่น โค ม้า และล่อ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนสินค้าตลอดเส้นทางทางการเดินทางมายังล้านนา แต่ในสมัยนี้ไม่พบรายการของสินค้าประเภทเครื่องเคลือบแบบจีน เนื่องจากอาจยังไม่แพร่หลายในอาณาจักรล้านนา ถึงกระนั้นอาจจะด้วยเพราะราคาสูงและแตกหักง่ายจึงไม่เป็นที่นิยมมากนัก เมื่อพ่อค้าจีนฮ่อเดินทางเที่ยวกลับมักซื้อฝ้าย เกลือ และหมาก(ศศิภัทร์ เทียงมิตร, 2545 : 27) กลับไปจำหน่ายยังดินแดนของตนด้วย

พ่อค้าพม่าจำแนกได้หลายกลุ่ม กล่าวคือมีทั้งกลุ่มพ่อค้าที่เป็นชาวพยูเดิมซึ่งถือเป็นพม่าแท้ มีความเป็นมาตั้งแต่อาณาจักรศรีเกษตรเจริญรุ่งเรืองและมีความรู้ทางการค้ามาก ซึ่งที่ตั้งของพุกามในอดีตอยู่บริเวณภาคเหนือของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ในปัจจุบัน และอยู่บนเส้นทางเดินทางจากจีนไปยังอินเดีย ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งคือพวกพม่าที่ได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานแทนที่ชาวพยูและตั้งอาณาจักรพุกามขึ้น แต่ถูกมองโกลเข้ายึดครองทำให้ต้องถอยร่นลงมาอยู่ทางตอนเหนือของอาณาจักรล้านนา จึงถือว่าทั้งสองกลุ่มคือกลุ่มพม่าเหมือนกัน การแลกเปลี่ยนค้าขายระหว่างล้านนาและพ่อค้าพม่ามีการค้าขายจำนวนน้อย ไม่คึกคักดังเช่นพ่อค้ากลุ่มอื่น คาดว่าพ่อค้าพม่านำสินค้า เช่น ทองคำ ทองเหลือง และสินค้าที่รับมาจากอินเดียกับอาหรับเข้ามาขายต่อในล้านนา เป็นต้น จากการศึกษาไม่พบบันทึกหลักฐานทางการค้า พ่อค้าพม่าเข้ามามีบทบาทในล้านนามากขึ้นในช่วงที่ล้านนาตกเป็นประเทศราชของพม่า ตามที่ปรากฏหลักฐานว่าพ่อค้าพม่าเข้ามาอยู่ในลำปางและเชียงใหม่จำนวนมาก (สมมะโน ฌ เชียงใหม่, 2535 : 54) พ่อค้าเงี้ยวหรือไทใหญ่เป็นพ่อค้าที่อยู่บริเวณรัฐฉานโดยมีเมื่อนาย เมืองลี เมืองป่านและบางส่วนของเชียงตุง พ่อค้ากลุ่มนี้มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการเป็นพ่อค้าคนกลาง(ชวิศา ศิริ, 2550 : 123) พ่อค้ากลุ่มนี้ทำการค้ากับล้านนาตั้งแต่ยังไม่ได้สถาปนาอาณาจักรล้านนา สินค้าที่กลุ่มพ่อค้าเงี้ยวนำมาค้าขายคือ ทาส(ชวิศา ศิริ, (2550 : 124) เกลือ และ

ของป่าที่หาได้จากตอนบนของทวีป การค้าระหว่างพ่อค้าชาวเงี้ยวกับล้านนาเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องด้วยเป็นคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนาน

พ่อค้ากลุ่มไทใหญ่ ไทลื้อ และไทยอง เดินทางมาจากทางเหนือของอาณาจักร โดยผ่านมาทางเชียงตุงเข้ามาทางเชียงของ เชียงแสน และลงมาเมืองน่าน เพื่อทำการค้าขาย โดยการเดินทางมาเป็นกองคาราวานวัวต่าง ม้าต่าง สินค้าที่พ่อค้าชาวไทกลุ่มต่าง ๆ นำเข้ามาค้าขายยังเมืองที่ได้กล่าวมาจะเป็นสินค้าทางการเกษตร เช่น ข้าว พริกแห้ง ยาสูบ และน้ำอ้อย เป็นต้น และสินค้าประเภทของป่า ได้แก่ หนังกวาง และเนื้อสัตว์ป่าต่าง ๆ ที่ตากแห้ง พ่อค้ากลุ่มนี้อาศัยอยู่บนพื้นที่สูงแถบเชียงตุงและเดินทางมาค้าขายถึงเมืองน่าน โดยสินค้าสำคัญเป็นที่ต้องการคือเกลือสินเธาว์ ซึ่งเป็นสินค้าเศรษฐกิจของเมืองน่าน ชาวตะวันตกได้เดินทางเข้ามายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งการเข้ามาของชาวตะวันตกมีเหตุผลทางด้านการค้าเป็นสำคัญ ชาติแรกที่เข้ามาคือโปรตุเกส จากนั้นจึงมีชาวตะวันตกกลุ่มอื่น ๆ เดินทางเข้ามาและแผ่ขยายไปทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมถึงอาณาจักรล้านนาและเมืองเชียงตุงด้วย การค้าขายในระยะปลายราชวงศ์มังรายปกครองเป็นการค้าที่เน้นสินค้าประเภทอาวุธยุทธภัณฑ์ที่ทันสมัยจากยุโรป สินค้าฟุ่มเฟือย และสินค้าทางการเกษตรบ้างเล็กน้อย กล่าวคือเป้าหมายหลักของการค้าขายของชาวตะวันตกอยู่ที่หมู่เกาะเครื่องเทศเป็นหลัก

บทสรุป

เชียงตุงเป็นศูนย์กลางทางการค้าทางตอนเหนือของอาณาจักรมาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนที่จะสถาปนาอาณาจักรล้านนา เชียงตุงเป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการค้าโบราณ อีกทั้งยังอยู่ระหว่างแม่น้ำโขงและสาละวิน บริเวณตอนเหนือของอาณาจักรล้านนา ทำให้เชียงตุงเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นทั้งยุทธศาสตร์ และศูนย์กลางทางการค้าทางตอนเหนือของอาณาจักรล้านนา กล่าวคือพญามังรายสร้างเชียงตุงขึ้นมาใหม่ให้ขนาดของเมืองใหญ่ขึ้น และทรงได้สร้างตลาดไว้มากมายในเชียงตุงเพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้า พ่อค้าที่เดินทางเข้ามาทำการค้ากับเชียงตุง หรือแม้แต่อาศัยเมืองเชียงตุงเป็นเส้นทางผ่าน เพื่อค้าขายกับเมืองในอาณาจักรล้านนายุคราชวงศ์ มังราย คือ พ่อค้าชาวจีน และลักษณะการเดินทางเป็นกองคาราวานขนาดใหญ่ แต่มีการค้าขายอยู่ไม่ขาด มีการเดินทางลัดเลาะตามภูเขาสูงชันเพื่อทำการค้ากับเชียงตุงตลอดจนเดินทางค้าขายกับหัวเมืองต่าง ๆ ในล้านนาเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ดังนั้นกล่าวได้ว่า เมืองเชียงตุงจึงมีความสำคัญในด้านการค้ามากเพราะเป็นประตูการค้ากับพ่อค้าจีน เป็นศูนย์กลางทางการค้าทางตอนเหนือของล้านนาและด้านการเมืองมีความสำคัญในฐานะประตูสู่ล้านนา นอกจากนั้นก็เป็นผู้รับสินค้าจากเชียงใหม่ขึ้นไปขายยังตอนเหนืออีกด้วย ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับบทบาทของเมืองเชียงตุงด้านต่าง ๆ หรือดินแดนไทใหญ่อื่น ๆ ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อต่อยอดประเด็นต่าง ๆ อันทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับดินแดนรัฐฉานในประวัติศาสตร์มากขึ้น

บรรณานุกรม

ชวิศา ศิริ. (2550). การค้าของอาณาจักรล้านนาตั้งแต่ต้นพุทธศตวรรษที่ 19 ถึงพุทธศตวรรษที่ 22.

วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ ฉบับเชียงใหม่ 700 ปี. (2538). เชียงใหม่: มิ่งเมืองเชียงใหม่.

ประชาภิจักรจักร, พระยา. (2516). พงศาวดารโยนก. กรุงเทพฯ: คลังวิทยา.

พงศาวดารเมืองเชียงตุง. (2533). ปรีวรรตโดย ทวี สว่างปัญญางกูร. หนังสือแจกเป็นมิตรพลีงาน
พระราชทานเพลิงศพ เจ้าแม่ทิพวรรณ ณ เชียงตุง. ม.ป.พ.

รัตนพร เศรษฐบุตร. (2552). ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจวัฒนธรรมแอ่งเชียงใหม่ – ลำพูน.
เชียงใหม่ :

ซิลค์เวอร์ม.

วารภรณ์ เรืองศรี. (2550). การค้ากับเครือข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในล้านนา
ก่อนการสถาปนาระบบเทศบาล. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชา
ประวัติศาสตร์,
บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัดท่ากระดาน. (2541). เขมรรัฐนครเชียงตุง. เชียงใหม่: ดาวคอมกราฟิก.

ศศิภัสร เทียมมิตร. (2545). กาดหลวงเมืองเชียงตุงและเมืองเชียงใหม่ : ศึกษาเปรียบเทียบ
พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบของระบบเศรษฐกิจโลกหลังสงครามโลก
ครั้งที่

ที่สองถึงปัจจุบัน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ,ภาควิชาภูมิภาค, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สงวน โชติสุขรัตน์. (2552). ตำนานเมืองเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: โสภณการพิมพ์.

สมมะโน ณ เชียงใหม่. (2538). ศูนย์กลางการค้าและเส้นทางการค้าในอาณาจักรล้านนาไทยช่วง
พ.ศ. 1839 – 2442. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาภูมิศาสตร์, บัณฑิต
วิทยาลัย,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สร้อยดี อ่องสกุล. (2553). ประวัติศาสตร์ล้านนา. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี: อัมรินทร์พรินต์ติ้ง
แอนด์พับลิชชิ่ง.

ไทเทรชัน: หลักการและการประยุกต์ใช้ (Titration: Concept and Application)

อาจารย์ ดร. อาทิตยา สามณฑา¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่หลักการไทเทรชัน และการนำไทเทรชันไปใช้ประโยชน์สำหรับการทำปริมาตรวิเคราะห์ ไทเทรชันเป็นวิธีการวิเคราะห์พื้นฐานทางเคมี เพื่อให้ได้ข้อมูลว่าสารที่สนใจในสารตัวอย่างมีความเข้มข้นหรือปริมาณเท่าไร ไทเทรชันอาศัยหลักการที่ง่าย และสามารถใช้อุปกรณ์พื้นฐานในห้องปฏิบัติการสำหรับการวิเคราะห์ โดยให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง และรวดเร็ว จึงถือเป็นวิธีการของเคมีพื้นฐานที่สำคัญอย่างยิ่ง ไทเทรชันเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่เหมาะสมสำหรับปฏิกิริยากรด-เบส ปฏิกิริยาการตกตะกอน ปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน และปฏิกิริยารีดอกซ์ โดยมีการนำไทเทรชันมาประยุกต์ใช้สำหรับปริมาณวิเคราะห์มากมาย เช่น การหาปริมาณกรดแอสซิติค ในน้ำส้มสายชู การหาปริมาณแมกนีเซียมออกไซด์ในยาลดกรด การหาปริมาณไอโอดีนในเกลือ และการวิเคราะห์สารประกอบเฟอร์โรไซยาไนด์ในเครื่องดื่มต่างๆ

คำสำคัญ : ไทเทรชัน / ปฏิกิริยาเคมี / การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

Abstract

The objective of this article is to discuss the concept and the application of volumetric analysis of titration. Titration is fundamental in chemical analysis. The method of titration is to identify the amount of analyte present in the samples. The concept and equipment of titration is simple, less time-consuming and reliable. Titration examines the acid-base reaction, precipitation reaction, complex metric reaction and redox reaction. The application of titration is generally applied for quantitative analysis such as the analysis of concentration of acetic acid in vinegar, the analysis of MgO content in antacid, the analysis of amount of I₂ in salt, and also the quantitative analysis of ferrocyanide compound in beverage.

Keywords: Titration/ Chemical reaction/ Quantitative analysis

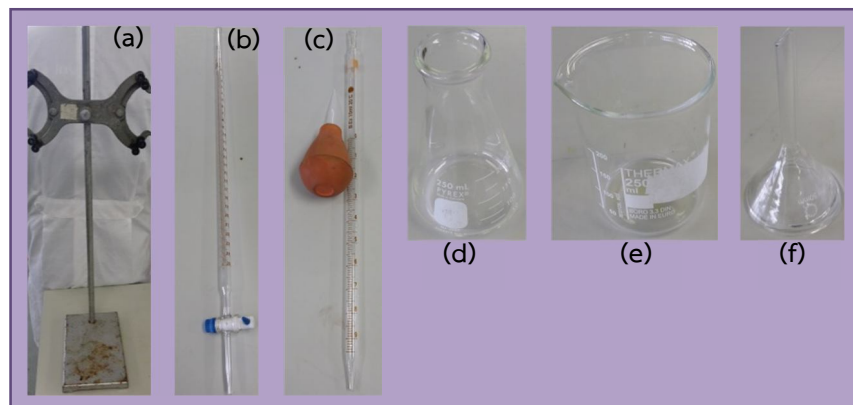
¹ สาขาวิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บทนำ (Introduction)

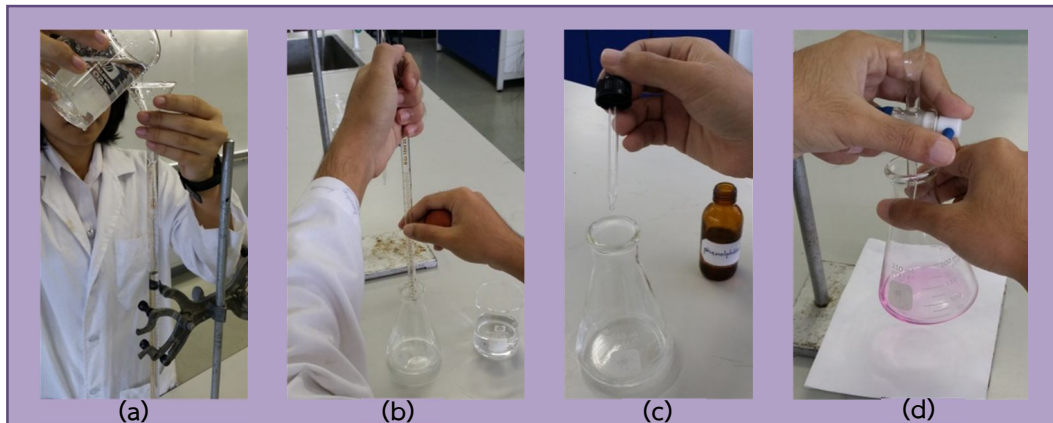
ไทเทรชัน (Titration) เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาตรที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง เพราะทำได้ง่าย และรวดเร็ว ถือว่าเป็นวิธีการวิเคราะห์ทางเคมีขั้นพื้นฐานที่ผู้เรียนวิทยาศาสตร์ด้านเคมีต้องเรียนรู้ โดยอาศัยหลักการการวัดปริมาตรของสารละลายที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน (เรียกว่า สารละลายมาตรฐาน หรือ Standard Solution) ซึ่งทำปฏิกิริยาพอดีกับสารที่ต้องการวิเคราะห์ จุดที่สารละลายมาตรฐานทำปฏิกิริยาพอดีกับสารที่ต้องการวิเคราะห์ เรียกว่า จุดสมมูล (Equivalent Point) หากแต่ในการทำปฏิบัติการนั้น จุดสมมูลไม่สามารถทราบได้แน่นอนในทางปฏิบัติ จึงอาศัยการเปลี่ยนแปลงสมบัติทางกายภาพที่เกิดขึ้นที่จุดสมมูลเป็นตัวชี้บอก เรียกว่า อินดิเคเตอร์ (Indicator) เช่น การเปลี่ยนสีของสารเคมีที่ทำหน้าที่เป็นอินดิเคเตอร์ การเปลี่ยนค่าความต่างศักย์ (Voltage) การเปลี่ยนค่ากระแสไฟฟ้า (Current) การเปลี่ยนค่าปริมาณประจุไฟฟ้า (Coulomb) การเปลี่ยนค่าการนำไฟฟ้า (Conductance) เรียกจุดนี้ว่า จุดยุติ (End Point) ของไทเทรชัน ในปัจจุบันไทเทรชันมีการนำมาประยุกต์ใช้มากมาย เช่น การหาปริมาณกรดแอสติก (CH_3COOH) ในน้ำส้มสายชู การหาปริมาณแมกนีเซียมออกไซด์ (MgO) ในยาลดกรด หรือการหาปริมาณไอโอดีน (I_2) ในเกลือ เป็นต้น โดยไทเทรชันสามารถให้ผลการวิเคราะห์ที่น่าเชื่อถือ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคอื่นๆ เช่น การวิเคราะห์สารประกอบเฟอร์โรไซยาไนด์ในเครื่องดื่มต่างๆ โดยวิธีสเปกโทรโฟโตเมตรีและไทเทรชัน

หลักการพื้นฐานของไทเทรชัน (Concept of titration)

ไทเทรชัน (Titration) เป็นปริมาตรวิเคราะห์ (Volumetric Analysis) อาศัยหลักการการวัดปริมาตรของสารละลายที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน (เรียกว่า สารละลายมาตรฐาน หรือ Standard Solution) ซึ่งทำปฏิกิริยาพอดีกับสารที่ต้องการวิเคราะห์ โดยในการทำปฏิบัติการนั้นทำได้โดยการเติมไทเทรนต์ (Titrant) ลงในบิวเรต (Buret) และปิเปตไทเทรนต์ (Titrand) ลงในขวดรูปชมพู่ (Erlenmeyer Flask) จากนั้นจึงเติมอินดิเคเตอร์ เพื่อใช้สำหรับบอกจุดยุติซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับจุดสมมูลที่ปฏิกิริยาเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ การไทเทรชันเริ่มจากไข ไทเทรนต์ซึ่งบรรจุอยู่ในบิวเรตที่ละน้อยลงในไทเทรนต์ซึ่งอยู่ในขวดรูปชมพู่ จนกระทั่งปฏิกิริยาเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ และมีการเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับไทเทรชันและขั้นตอนการไทเทรชันแสดงในภาพที่ 1 และ 2 ตามลำดับ



ภาพที่ 1 อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับไทเทรชัน: (a) Buret stand and buret clamp, (b) Buret, (c) Transfer pipet, (d) Erlenmeyer flask, (e) Beaker, and (f) Glass funnel



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการไทเทรชัน: (a) การใส่ไทเทรนต์ลงในบิวเรต (b) การเปิดไทเทรนต์ลงในขวดรูปชมพู่ (c) การหยดอินดิเคเตอร์ลงในไทเทรนต์ และ (d) การไทเทรตเพื่อให้ถึงจุดยุติ

สำหรับไทเทรชัน สารละลายมาตรฐานที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอนมีความสำคัญมาก ดังนั้นการเตรียมสารละลายมาตรฐานจึงต้องคำนึงถึงความถูกต้องให้มากที่สุด วิธีการเตรียมสารละลายมาตรฐานมี 2 วิธี คือการเตรียมสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ (Primary Standard) และการเตรียมสารละลายมาตรฐานทุติยภูมิ (Secondary Standard) (พรพรรณ อุดมกาญจนนันท์ และ สุขาดา จูธนวัฒน์กุล, 2551 : 85)

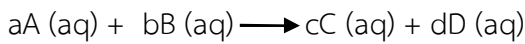
(1) สารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ เตรียมได้จากนำสารมาตรฐานปฐมภูมิที่ทราบน้ำหนักแน่นอน มาละลายในตัวทำละลาย (Solvent) ด้วยปริมาตรที่แน่นอนในขวดวัดปริมาตร (Volumetric Flask) ซึ่งคุณสมบัติของสารมาตรฐานปฐมภูมิ คือ มีความบริสุทธิ์สูง ไม่ดูดความชื้น หาง่าย ราคาไม่แพง มีมวลโมเลกุลสูง

(2) สารละลายมาตรฐานทุติยภูมิเป็นสารละลายที่ไม่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน เนื่องจากคุณสมบัติของตัวสารเองและวิธีการเตรียมสารละลาย และสามารถรู้ความเข้มข้นที่แน่นอนได้จากการนำมาไทเทรตกับสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ เรียกว่า การหาเทียบหาความเข้มข้นที่แน่นอน (Standardization) โดยการเตรียมสารละลายมาตรฐานทุติยภูมิเกิดขึ้นเมื่อไม่สามารถหาสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิได้ เช่น โซเดียมไฮดรอกไซด์ (NaOH) มีคุณสมบัติดูดความชื้น ทำให้ไม่สามารถทราบน้ำหนักที่แน่นอนได้ จึงไม่เหมาะสมในการนำมาเป็นสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ แต่นำมาทำเป็นสารละลายมาตรฐานทุติยภูมิได้โดยนำมาไทเทรตกับโพแทสเซียมไฮโดรเจนฟทาเลต (Potassium Hydrogen Phthalate, KHP) ซึ่งเป็นสารมาตรฐานปฐมภูมิ ที่ทราบน้ำหนักที่แน่นอน หรือการใช้สารละลายโซเดียมไธโอซัลเฟต ($\text{Na}_2\text{S}_2\text{O}_3$) เป็นไทเทรนต์ ซึ่งสารละลายนี้ไม่มีสมบัติเป็นสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ จึงต้องนำมาทำการหาความเข้มข้นที่แน่นอนด้วยโพแทสเซียมไอโอเดต (KIO_3) ซึ่งเป็นสารมาตรฐานปฐมภูมิ ที่ทราบน้ำหนักที่แน่นอนก่อน

ไทเทรชันจะให้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้องเมื่อจุดสมมูลใกล้เคียงกับจุดยุติ (ไทเทรชันที่อาศัยการเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์เพื่อบอกจุดยุติ เรียกว่า ไทเทรชันแบบคลาสสิก)

หลังจากการทำปฏิบัติการ นำเอาค่าของปริมาตรของไทเทรนต์ที่ใช้ไทเทรตจนถึงจุดยุติ ความเข้มข้นของสารละลายมาตรฐานที่ทราบอย่างแน่นอน และปริมาตรของสารที่ต้องการวิเคราะห์ที่นำมาไทเทรต มาคำนวณหาปริมาณหรือความเข้มข้นของสารที่ต้องการวิเคราะห์ได้

จากปฏิกิริยา



พบว่า

$$(1/a) \times (C_A V_A) = (1/b) \times (C_B V_B)$$

โดย

a, b คือ เลขสัมประสิทธิ์โมลสัมพัทธ์ในหน่วยโมลที่ทำปฏิกิริยาพอดีกัน

พบว่า จำนวน a โมลของสาร A ทำปฏิกิริยาพอดีกับจำนวน b โมลของสาร B

A, B คือ สารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ ตามลำดับ

C_A, C_B คือ ความเข้มข้นของสารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ ตามลำดับ

V_A, V_B คือ ปริมาตรของสารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ ตามลำดับ

ไทเทรชันแบบคลาสสิก (Classical Titration)

ไทเทรชันแบบคลาสสิก สามารถแบ่งออกได้ 4 ประเภทตามปฏิกิริยาที่เกิดขึ้น (ศุภชัย ใช้เทียมวงศ์, 2553 : 119) ได้แก่ ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยากรด-เบส (Acid-Base Titration) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการตกตะกอน (Precipitation Titration) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน (Complexometric Titration) และไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยารีดอกซ์ (Redox Titration)

(1) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยากรด-เบส เป็นไทเทรชันระหว่างสารละลายกรดและสารละลายเบส ใช้ในการหาปริมาณหรือความเข้มข้นของสารละลายกรดหรือสารละลายเบส ในการทำปฏิบัติการนั้นทำได้โดยการนำเอาสารที่ต้องการวิเคราะห์มาไทเทรตกับสารละลายกรดหรือสารละลายเบสที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน สำหรับจุดยุติของไทเทรชันแบบนี้ ดูที่การเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ จะเห็นได้ว่าความถูกต้องของไทเทรชันนี้ขึ้นกับการเลือกอินดิเคเตอร์ที่ใช้อย่างถูกต้อง ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยากรด-เบส สามารถแบ่งออกได้ตามชนิดของสารละลายกรดและสารละลายเบส คือ แบ่งได้ 4 ประเภท คือ การไทเทรตระหว่างกรดแก่เบสแก่ การไทเทรตระหว่างกรดแก่เบสอ่อน การไทเทรตระหว่างกรดอ่อนเบสแก่ และการไทเทรตระหว่างกรดอ่อนเบสอ่อน

การเลือกอินดิเคเตอร์สำหรับไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยากรด-เบสนี้ ขึ้นกับช่วงค่าความเป็นกรดเบสที่เกิดการเปลี่ยนแปลงสีของอินดิเคเตอร์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างอินดิเคเตอร์และช่วงค่าความเป็นกรดเบสที่เกิดการเปลี่ยนแปลงสีของอินดิเคเตอร์

อินดิเคเตอร์	ช่วงค่าความเป็นกรดเบส	สีที่เปลี่ยนแปลงของอินดิเคเตอร์
Methyl orange	3.1 – 4.4	แดง – เหลือง
Bromocresol green	3.8 – 5.4	เหลือง – น้ำเงิน
Methyl red	4.4 – 6.2	แดง – เหลือง
Bromthymol blue	6.0 – 7.6	เหลือง – น้ำเงิน
Phenolphthalein	8.3 – 10.0	ไม่มีสี – ชมพู
Alizarine Yellow R	10.2 – 12.0	เหลือง – แดง

ตัวอย่างไทเทรชันแบบนี้ เช่น การหาปริมาณกรดแอสติก (CH_3COOH) ในน้ำส้มสายชู

(2) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการตกตะกอน เป็นไทเทรชันระหว่างซิลเวอร์ไอออน (Ag^+) กับสารที่ต้องการวิเคราะห์แล้วได้ตะกอนเงินเกิดขึ้น ถือเป็นการหาปริมาณของสารที่ต้องการวิเคราะห์ด้วยซิลเวอร์ไอออน โดยสามารถหาปริมาณหรือความเข้มข้นที่แน่นอนของสารที่สามารถเกิดตะกอนที่ละลายน้ำได้ยากกับซิลเวอร์ไอออน ซึ่งสารที่ต้องการวิเคราะห์ เช่น คลอไรด์ (Cl^-) โบรไมด์ (Br^-) ไอโอดิด (I^-) ฟลูออไรด์ (F^-) ในการทำปฏิกิริยานั้นทำได้โดยการนำเอาสารที่ต้องการวิเคราะห์มาไทเทรตกับสารละลายมาตรฐานซิลเวอร์ไอออนที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน สำหรับจุดยุติของไทเทรชันแบบนี้ ดูที่การเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ จะเห็นได้ว่าความถูกต้องของไทเทรชันนี้ขึ้นกับการเลือกอินดิเคเตอร์ที่ใช้อย่างถูกต้อง โดยอินดิเคเตอร์ต้องเป็นสารที่มีสีชัดเจนหรือเกิดสารที่มีสีชัดเจนกับสารละลายมาตรฐานหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นได้ เช่น การหาปริมาณของคลอไรด์โดยใช้สารละลายซิลเวอร์ไนเตรต (AgNO_3) เป็นไทแทรนด์และโครเมตไอออน (CrO_4^{2-}) เป็นอินดิเคเตอร์

การไทเทรชันชนิดนี้ สามารถทำตรงกันข้ามโดยใช้หาปริมาณหรือความเข้มข้นของเงิน เมื่อใช้สารละลายมาตรฐานที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน เช่น สารละลายคลอไรด์ สารละลายโบรไมด์ สารละลายไอโอดิด สารละลายฟลูออไรด์

(3) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน เป็นไทเทรชันระหว่างไอออนของโลหะและสารที่ทำให้เกิดสารเชิงซ้อน (Complexing Agent) หรือลิแกนด์ (Ligand) ใช้ในการหาปริมาณหรือความเข้มข้นของไอออนของโลหะ ในการทำปฏิกิริยานั้นทำได้โดยการนำเอาสารที่ต้องการวิเคราะห์มาไทเทรตกับสารที่ทำให้เกิดสารเชิงซ้อนหรือลิแกนด์ที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอน สำหรับจุดยุติของไทเทรชันแบบนี้ ดูที่การเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความถูกต้องของไทเทรชันนี้ขึ้นกับการเลือกอินดิเคเตอร์ที่ใช้อย่างถูกต้อง ค่าความเป็นกรดเบสระหว่างไทเทรชัน และค่าคงที่ของการเกิดสารเชิงซ้อน ตัวอย่าง ไทเทรชันแบบนี้ เช่น การหาปริมาณแคลเซียมไอออน (Ca^{2+}) โดยใช้ Ethylenediaminetetraacetic Acid (EDTA) เป็นสารที่ทำให้เกิดสารเชิงซ้อนหรือลิแกนด์ และใช้ Eriochrome black T (Erio T) เป็นอินดิเคเตอร์

(4) ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยารีดอกซ์ เป็นไทเทรชันระหว่างตัวออกซิไดซ์ (Oxidizing Agent) และตัวรีดิวซ์ (Reducing Agent) ใช้ในการหาปริมาณหรือความเข้มข้นของตัวออกซิไดซ์หรือตัวรีดิวซ์ ในการทำปฏิกิริยานั้นทำได้โดยการนำเอาสารที่ต้องการวิเคราะห์มาไทเทรตกับสารละลายมาตรฐานที่เป็นตัวออกซิไดซ์หรือตัวรีดิวซ์แล้วแต่กรณี โดยทราบความเข้มข้นที่แน่นอน สำหรับจุดยุติของไทเทรชันแบบนี้ ดูที่การเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ โดยอินดิเคเตอร์ที่ใช้สำหรับไทเทรชันชนิดนี้แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ สารที่ทำปฏิกิริยากับสารใดสารหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับปฏิกิริยารีดอกซ์ การเปลี่ยนแปลงศักย์ไฟฟ้าของไทเทรชันไม่มีผลต่อการเปลี่ยนสี เช่น น้ำแป้ง โพแทสเซียมไฮโอไซยาเนต (KSCN) และรีดอกซ์อินดิเคเตอร์ ซึ่งการเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงศักย์ไฟฟ้าของไทเทรชัน เช่น เฟอร์โรอิน (Ferrouin) ไดฟีนิลามีน (Diphenylamine) ตัวอย่างไทเทรชันแบบนี้ เช่น การหาปริมาณไอโอดีน (I_2) โดยใช้สารละลายโซเดียมไฮโอซัลเฟตเป็นไทแทรนด์และน้ำแป้งเป็นอินดิเคเตอร์ แต่สารละลายโซเดียมไฮโอซัลเฟตไม่มีสมบัติเป็นสารละลายมาตรฐานปฐมภูมิ จึงต้องนำมาทำการหาความเข้มข้นที่แน่นอนด้วยโพแทสเซียมไอโอเดต

นอกจากการเปลี่ยนสีของอินดิเคเตอร์ที่จุดยุติ เพื่อสามารถบอกถึงจุดสมมูลซึ่งเป็นจุดที่สารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ทำปฏิกิริยากันพอดีแล้ว การเปลี่ยนแปลงสมบัติทางกายภาพที่เกิดขึ้นที่จุดสมมูลอื่นๆ เช่น ความต่างศักย์ กระแสไฟฟ้า ปริมาณประจุไฟฟ้า การนำไฟฟ้า สามารถใช้บอกจุดยุติได้

การประยุกต์ใช้ไทเทรชัน (Application of Titration)

ไทเทรชันถูกนำมาใช้ทำปริมาณวิเคราะห์ (Quantitative Analysis) ได้โดยตรงแล้ว ยังมีการนำไทเทรชันมาใช้ทำปริมาณวิเคราะห์ควบคู่กับเทคนิคทางเคมีวิเคราะห์เชิงไฟฟ้า (Electrochemistry) (เพ็ญศรีทองนพเนื้อ, 2552 : 109; ธวัชชัย ศรีวิบูลย์, 2548 : 81) เช่น โพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชัน (Potentiometric titration) แอมแปโรเมตริก ไทเทรชัน (Amperometric Titration) คูลอมเมตริก ไทเทรชัน (Coulometric Titration) และคอนดักโตเมตริก ไทเทรชัน (Conductometric Titration)

(1) โพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชัน เป็นการวัดค่าความต่างศักย์ควบคู่กับไทเทรชัน การเปลี่ยนแปลงความต่างศักย์ไฟฟ้าสามารถบอกถึงการทำปฏิกิริยาอย่างพอดีระหว่างสารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ได้ ดังนั้นความต่างศักย์ไฟฟ้าถือเป็นอินดิเคเตอร์สำหรับไทเทรชันนี้ โพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชันให้ความถูกต้องมากเนื่องจากจุดยุติและจุดสมมูลเป็นจุดเดียวกัน และสามารถทำไทเทรชันได้กับสารที่มีสีหรือมีความขุ่นโดยไม่ส่งผลต่อไทเทรชัน ซึ่งถือเป็นข้อดีเมื่อเปรียบเทียบกับไทเทรชันแบบคลาสสิก นอกจากนี้สามารถใช้ได้กับปฏิกิริยากรด-เบส ปฏิกิริยาตกตะกอน ปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน หรือปฏิกิริยา รีดอกซ์ เช่น การหาปริมาณ Lumefantrine ในเม็ดยาสำหรับโรคมาลาเรียด้วยวิธีโพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชัน (César et al., 2008 : 223) โดยใช้กรดเปอร์คลอริกเป็นสารละลายมาตรฐาน ซึ่งพบว่าเป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย รวดเร็วและราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค High Performance Liquid Chromatography (HPLC) และ Ultraviolet spectrophotometry (UV) การหาปริมาณไซยาไนด์ (Cyanide) ด้วยวิธีโพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน (Breuer et al., 2011 : 135) โดยใช้ซิลเวอร์ไนเตรต (AgNO_3) เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าการวิเคราะห์ไม่ถูกรบกวนเมื่อมีซิงค์ (Zn) อยู่ในสารวิเคราะห์ การหาปริมาณ Ciprofloxacin ในยาที่ยับยั้งการติดเชื้อแบคทีเรียด้วยวิธีโพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน (Abulkibash et al., 2003 : 239) โดยใช้สารละลายเหล็กไอออน (Fe^{3+}) เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าเป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย ราคาถูก มีความจำเพาะเจาะจงและความไวในการวิเคราะห์ดีเมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีคอนดักโตเมตริก ไทเทรชัน การหาปริมาณกรดแอสคอร์บิก (Ascorbic acid) ในเม็ดยาด้วยวิธีโพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยารีดอกซ์ (Paim et al., 2002 : 1221) โดยใช้สารละลายโพแทสเซียมไอโอเดต (KIO_3) เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าให้ค่าความแม่นยำสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคมาตรฐาน การหาปริมาณสารประกอบเฟอร์โรไซยาไนด์ในเครื่องดื่มต่างๆ ด้วยวิธีโพลเทนซิโอเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยา รีดอกซ์ (ธนากรเปลื้องกลาง, 2010 : 10) โดยใช้สารละลายซีเรียมไอออน (Ce^{4+}) เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าให้ค่าร้อยละการคืนกลับสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย สะดวกและราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Ultraviolet-Visible spectrophotometry

(2) แอมแปโรเมตริก ไทเทรชัน เป็นการวัดกระแสไฟฟ้าควบคู่กับไทเทรชัน โดยมีการให้ความต่างศักย์คงที่ตลอดไทเทรชัน การเปลี่ยนแปลงกระแสไฟฟ้าสามารถบอกถึงการทำปฏิกิริยาอย่างพอดีระหว่างสารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ได้ ดังนั้นกระแสไฟฟ้าถือเป็นอินดิเคเตอร์สำหรับ ไทเทรชันนี้ แอมแปโรเมตริก ไทเทรชันสามารถแบ่งได้ 2 แบบ คือ แอมแปโรเมตริก ไทเทรชันด้วยขั้วไฟฟ้าเดี่ยว (Amperometric Titration) และแอมแปโรเมตริก ไทเทรชันด้วยขั้วไฟฟ้าจุลภาคคู่ (Biamperometric Titration) ข้อดีของไทเทรชันนี้ คือ สารที่ต้องการวิเคราะห์มีความเข้มข้นต่ำ กระแสที่วัดได้มีค่าแน่นอนให้ผลที่ถูกต้อง สามารถใช้ได้กับปฏิกิริยาตกตะกอนหรือปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน

(3) คลอสมเมตริก ไทเทรชัน เป็นการวัดปริมาณประจุไฟฟ้าที่ใช้จนถึงจุดยุติ โดยมีการให้กระแสไฟฟ้าคงที่ตลอดไทเทรชัน ไทเทรชันแบบนี้ไม่ใช้สารละลายมาตรฐานแต่ใช้แหล่งที่สามารถให้กระแสไฟฟ้าคงที่แทนเวลาทั้งหมดที่ใช้สำหรับไทเทรชันเทียบได้กับปริมาตรของสารละลายมาตรฐานที่ใช้ในการไทเทรต โดยปริมาณประจุไฟฟ้าถือเป็นอินดิเคเตอร์สำหรับไทเทรชันนี้ ข้อดีของไทเทรชันนี้ คือ ไม่ต้องเตรียมสารละลายมาตรฐานสารที่ต้องการวิเคราะห์มีความเข้มข้นต่ำ มีความเที่ยงตรงและความถูกต้องของการวิเคราะห์สูง สามารถใช้ได้กับปฏิกิริยากรด-เบส ปฏิกิริยาตกตะกอน ปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน หรือปฏิกิริยารีดอกซ์ ตัวอย่างการประยุกต์ใช้คลอสมเมตริก ไทเทรชัน เช่น การหาระดับการกำจัดหมู่อะซิติกของโคโคซานด้วยวิธีคลอสมเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยากรด-เบส (Wang et al., 2014 : 306) ซึ่งพบว่าให้ค่าความแม่นยำและความเที่ยงสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เป็นการวิเคราะห์ที่ง่ายและราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Nuclear Magnetic Resonance Spectroscopy (NMR) การประเมินความสามารถในการยับยั้งการเกิดอนุมูลอิสระของเหล้าบรั่นดีด้วยวิธีคลอสมเมตริก ไทเทรชัน (Ziyatdinova et al., 2014 : 80) ซึ่งพบว่าให้ค่าความเที่ยงสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย รวดเร็วและราคาถูก

(4) คอนดักโตเมตริก ไทเทรชัน เป็นการวัดการนำไฟฟ้าควบคู่กับไทเทรชัน โดยการนำไฟฟ้าของสารละลายเกิดขึ้นเนื่องจากไอออนในสารละลาย การเปลี่ยนแปลงการนำไฟฟ้าสามารถบอกถึงการทำปฏิกิริยาอย่างพอดีระหว่างสารละลายมาตรฐานและสารที่ต้องการวิเคราะห์ได้ ดังนั้นการนำไฟฟ้าถือเป็นอินดิเคเตอร์สำหรับไทเทรชันนี้ ข้อดีของไทเทรชันนี้ คือ สารที่ต้องการวิเคราะห์มีความเข้มข้นต่ำ และสามารถใช้ได้กับปฏิกิริยากรด-เบส ปฏิกิริยาตกตะกอน และปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน ตัวอย่างการประยุกต์ใช้คอนดักโตเมตริก ไทเทรชัน เช่น การหาระดับความเป็นกรดและปริมาณคลอไรด์ไอออนในเชื้อเพลิงเอทานอลด้วยวิธีคอนดักโตเมตริก ไทเทรชัน (Avelar & Barbeira, 2007 : 299) โดยใช้สารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์เป็นสารละลายมาตรฐานในการหาระดับความเป็นกรด และใช้สารละลายซิลเวอร์ไนเตรตเป็นสารละลายมาตรฐานในการหาปริมาณคลอไรด์ไอออน พบว่าให้ค่าร้อยละการคืนกลับสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ดี เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคมาตรฐาน การหาปริมาณ Loperamide Hydrochloride (LOP.HCl) และ Trimebutine (TB) ในเม็ดยาแก้ท้องร่วงด้วยวิธีคอนดักโตเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาตกตะกอน (Elqudaby et al., 2013 : 686) โดยใช้สารละลาย Phosphotungstic acid (PTA) เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าให้ค่าร้อยละการคืนกลับสำหรับการวิเคราะห์ในระดับดี เป็นการวิเคราะห์ที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว การหาปริมาณ Fluoroquinolone ในเม็ดยายับยั้งการติดเชื้อแบคทีเรียด้วยวิธีคอนดักโตเมตริก ไทเทรชันสำหรับปฏิกิริยาการเกิดสารเชิงซ้อน (Ragab & Amin, 2004 : 973) โดยใช้สารละลาย Ammonium Reineckate เป็นสารละลายมาตรฐาน พบว่าให้ค่าความแม่นยำและความเที่ยงของการวิเคราะห์ระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคมาตรฐาน

บทสรุป (Conclusion)

ไทเทรชันคือปริมาตรวิเคราะห์ที่อาศัยหลักการวิเคราะห์อย่างง่าย สะดวก รวดเร็วแต่ให้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง มีความแม่นยำและความเที่ยงในระดับดีเมื่อเทียบกับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคอื่นๆ โดยหลักการไทเทรชันคือการวัดปริมาตรของสารละลายมาตรฐานที่ทราบความเข้มข้นที่แน่นอนซึ่งทำปฏิกิริยาพอดีกับสารที่ต้องการวิเคราะห์ ค่าของปริมาตรของสารละลายมาตรฐานที่ใช้สามารถนำมาคำนวณหาปริมาณหรือความเข้มข้นของสารที่ต้องการวิเคราะห์ได้ จากหลักการวิเคราะห์ที่ง่ายและผลการวิเคราะห์ที่เชื่อถือได้นั้น ไทเทรชันจึงนำมาประยุกต์ใช้หาปริมาณหรือความเข้มข้นของสารต่างๆ อย่างหลากหลาย ทั้งตัวอย่างทางอาหาร ตัวอย่างทางยา ตัวอย่างทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

รายการอ้างอิง (Reference)

- ชนากร เปลื้องกลาง. (2010). การพัฒนาวิธีการวิเคราะห์สารประกอบเฟอร์โรไซยาไนด์ในเครื่องดื่ม. *Naresuan University Journal*, 18(1) 10-18.
- ธวัชชัย ศรีวิบูลย์, รองศาสตราจารย์. (2548). **เคมีวิเคราะห์ 2**. (พิมพ์ครั้งที่ 11). (หน้า 81-397) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรพรรณ อุดมกาญจนนันท์, สุชาดา จูธนวัฒน์กุล, ดร. (2551). **เคมีปริมาณวิเคราะห์: เทคนิคและการทดลอง**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). (หน้า 85-86) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศรี ทองนพเนื้อ, รองศาสตราจารย์ ดร. (2552). **เคมีวิเคราะห์เชิงไฟฟ้า**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). (หน้า 109-221) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย ไข่เทียมวงศ์, รองศาสตราจารย์. (2553). **เคมีวิเคราะห์**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). (หน้า 119-375) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Abulkibash, A.M., Sultan, S.M., Al-Olyan, A.M., Al-Ghannam, S.M. (2003). Differential electrolytic potentiometric titration method for the determination of ciprofloxacin in drug formulations. *Talanta*, 61, 239-244.
- Avelar, H.M., Barbeira, P.J.S. (2007). Conductometric determination of total acidity and chloride content in automotive fuel ethanol. *Fuel*, 86, 299-302.
- Breuer, P.L., Sutcliffe, C.A., Meakin, R.L. (2011). Cyanide measurement by silver nitrate titration: Comparison of rhodanine and potentiometric end-points. *Hydrometallurgy*, 106, 135-140.
- César, I.C., Nogueira, F.H.A., Pianetti, G.A. (2008). Comparison of HPLC, UV spectrophotometry and potentiometric titration methods for the determination of lumefantrine in pharmaceutical products. *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis*, 48, 223-226.
- Elqudaby, H.M., Mohamed, G.G., El Din, G.M.G. (2013). Utilization of phosphotungstic acid in the conductometric determination of loperamide hydrochloride and trimebutine antidiarrheal drugs. *Journal of Pharmacy research*, 7, 686-691.

- Paim, A.P.S., Almeida, C.M.N.V., Reis, B.F., Lapa, R.A.S., Zagatto, E.A.G., Lima, J.L.F.C. (2002). Automatic potentiometric flow titration procedure for ascorbic acid determination in pharmaceutical formulations. **Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis**, 28, 1221-1225.
- Ragab, G.H., Amin, A.S. (2004). Atomic absorption spectroscopic, conductometric and colorimetric methods for determination of fluoroquinolone antibiotics using ammonium reineckate ion-pair complex formation. *Spectrochimica Acta Part A*, 60, 973-978.
- Wang, C., Yaun, F., Pan, J., Jiao, S., Jin, L., Cai, H. (2014). A novel method for the determination of the degree of deacetylation of chitosan by coulometric titration. **International Journal of Biological Macromolecules**, 70, 306-311.
- Ziyatdinova, G., Salikhova, I., Budnikov, H. (2014). Coulometric titration with electrogenerated oxidants as a tool for evaluation of cognac and brandy antioxidant properties. **Food Chemistry**, 150, 80-86.

ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตสำหรับหม้อไอน้ำในโรงงานอุตสาหกรรม Electrostatic Precipitators for Boiler in the Industrial Factory

อาจารย์พรชัย พรหฤทัย, นายบริพัตร ชาวโพรงพาง,
นายรัชพล ชัยแก้วขวัญ, นายจักรกฤษณ์ บุญภิกษะ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาวิธีการดักจับสารมลพิษจำพวกฝุ่น เเขม่าควัน เถ้า และตะกอนที่เกิดขึ้นจากการเผาไหม้ของหม้อไอน้ำ หรือเตาบอยเลอร์ ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้หลักการทางไฟฟ้าสถิตในการดักจับสารมลพิษดังกล่าว ทั้งนี้ ชุดอุปกรณ์ดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ขั้วเก็บ ที่ทำจากท่อสแตนเลสขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 15 เซนติเมตร ความยาว 1 เมตร และขั้วปล่อยประจุที่ออกแบบให้มีลักษณะทรงกระบอกเกลียวหมุน ทำหน้าที่สร้างประจุไฟฟ้าให้แก่อนุภาคของตะกอนด้วยการจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง ดังนั้น เพื่อหาระดับแรงดันไฟฟ้าที่ส่งผลต่อการดักจับตะกอนได้ดีที่สุด โดยปรับแรงดันไฟฟ้าในช่วง 0-14 กิโลโวลต์ ผลการทดสอบพบว่า ที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 0 กิโลโวลต์ มีน้ำหนักตะกอน 120 กรัม เมื่อทำการปรับแรงดันไฟฟ้าที่ระดับ 2 4 6 8 10 12 และ 14 กิโลโวลต์ ประสิทธิภาพในการดักจับตะกอนมีค่าเท่ากับร้อยละ 78.31 79.34 81.13 92.08 79.67 79.63 และ 79.10 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 8 กิโลโวลต์ มีความเหมาะสมต่อการสร้างประจุไฟฟ้าให้กับอนุภาคของตะกอน จึงส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการดักจับตะกอนสูงที่สุด

คำสำคัญ : ไฟฟ้าสถิต/ แรงดันไฟฟ้า/ การดักจับตะกอน

Abstract

This research studied the method to collect the pollutant such as dust, smoke, ash and precipitation which occurred from boiler in the industrial factory by the electrostatic force.

Electrostatic precipitators (ESP) are a large, industrial emission control unit. It is designed to trap and remove dust particles from the exhaust gas stream of an industrial process. It has two parallel electrodes. The first is the collection electrode, it collects the particle ions. The second parallel is the corona electrode which designed to screw. This electrode used to induce the precipitators to particle ions by high voltages.

To analyze the efficiency of collecting precipitations voltage levels were optimized. The experiment resulted that the precipitations were collected with the

¹ สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องมือและแม่พิมพ์ และ สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าเครื่องกลการผลิต
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

output voltage range 0-14 kV. The result indicated that the voltage level at 0 kV collected 120g of precipitation. The voltage was adjusted to 2, 4, 6, 8, 10, 12, and 14 kV which affect to the collecting precipitation efficiency of 78.31, 79.34, 81.13, 92.08, 79.67, 79.63, and 79.10 %, respectively. It can be concluded that the output voltage at 8 kV is the most suitable to induce the precipitation to particle ions and has the highest collecting precipitation efficiency.

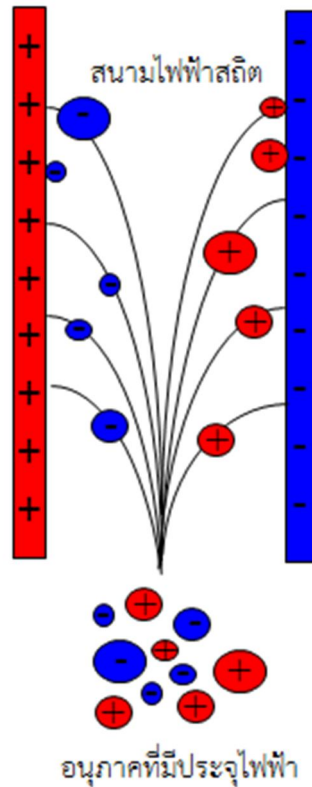
Keywords: Electrostatic/ Voltages/ Collecting precipitation

บทนำ

การพัฒนาประเทศทางด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการเพิ่มของประชากรที่มีอัตราสูงขึ้นนั้น ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ อันก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ อนามัยและคุณภาพชีวิตของมนุษย์ โดยปัญหาสิ่งแวดล้อม คือ การปนเปื้อนสารมลพิษ (Pollutant) เช่น อนุภาคฝุ่น เหม่า เถ้าและตะกอน ฯลฯ ในปริมาณที่สามารถก่อให้เกิดอันตรายสิ่งมีชีวิตได้ อาจพบได้ในหลายรูปแบบ เช่น มลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ มลพิษทางดิน ฯลฯ (วงศ์พันธ์ ลิ้มปเสนีย์ และคณะ, 2540 : 2; นพภาพร พานิช และคณะ, 2550 : 2)

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นแก้ปัญหามลพิษทางอากาศจากโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นปัญหาที่กระจายอยู่ทั่วประเทศทั้งในเขตเมืองและชนบท โดยอากาศเสียที่ระบายออกจากโรงงานหรือแหล่งกำเนิดใด ๆ อาจมีผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการหรือระบบบำบัดมลพิษทางอากาศที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับชนิดของมลพิษนั้น ๆ ทั้งนี้ กระบวนการผลิตต่าง ๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมมักก่อให้เกิดแก๊ส สารระเหย หรือแม้กระทั่งโลหะปนเปื้อนบางชนิด เช่น แก๊สไฮโดรเจนซัลไฟด์หรือแก๊สไซเน่า แก๊สซัลเฟอร์ไดออกไซด์ แก๊สคาร์บอนมอนอกไซด์ กรดซัลฟูริก กำมะถัน ตะกั่ว ไอของกรด ฝุ่นละออง ฯลฯ โดยสารปนเปื้อนเหล่านี้มีปริมาณการระบายออกสู่บรรยากาศเพิ่มมากขึ้นทุกปีตามปริมาณการใช้เชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น (พัฒนา มูลพฤกษ์, 2545 : 5; สิตาวิร์ ธีรวิรุฬห์, 2558 : 3)

การกำจัดหรือลดปริมาณสารมลพิษที่ปนเปื้อนดังกล่าวสามารถทำได้หลายวิธี เช่น ไซโคลน ฝ้ายกรอง การตกตะกอนแบบเปียกและการตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิต ฯลฯ (พานิช อินต๊ะ, 2554 : 6) โดยการตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิตนั้นเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีประสิทธิภาพการดักจับตะกอนสูง และสามารถใช้ได้ทั้งในสภาวะเปียกและแห้ง



รูปที่ 1 แสดงการแยกอนุภาคที่ผิวของขั้วไฟฟ้า

รูปที่ 1 แสดงการแยกอนุภาคที่ผิวของขั้วไฟฟ้าตามหลักการไฟฟ้าสถิต โดยอนุภาคบวกจะเคลื่อนที่เข้าหาขั้วไฟฟ้าลบ ส่วนอนุภาคลบจะเคลื่อนที่เข้าหาขั้วไฟฟ้าบวก จึงนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตในส่วนของขั้วเก็บและขั้วปล่อยประจุ ซึ่งการสร้างชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตมีหลักการสำคัญ คือ ปล่อยให้อากาศไหลผ่านขั้วไฟฟ้าเพื่อใส่ประจุไฟฟ้าให้กับอนุภาคที่เจือปนอยู่ในอากาศ หลังจากนั้นปล่อยให้อนุภาคที่มีประจุไฟฟ้าเข้าไปในสนามไฟฟ้าสถิต อนุภาคจึงเคลื่อนที่เข้าหาขั้วเก็บและถูกเก็บกักที่พื้นผิวของขั้วเก็บซึ่งมีศักย์ไฟฟ้าตรงกันข้ามกับประจุของอนุภาค ภายหลังจากเกิดการสะสมของอนุภาคที่ขั้วเก็บ อนุภาคจะถูกทำให้หลุดออกจากขั้วเก็บ โดยวิธีการเคาะหรือการสั่น ขั้วเก็บให้อนุภาคหลุดออกและตกลงสู่ถังพักอนุภาคด้านล่างก่อนถูกนำไปกำจัดต่อไป (Krigmont et al., 2004: 2; Tsrong et al., 2015 : 77; Jaworek et al., 2007 : 134)

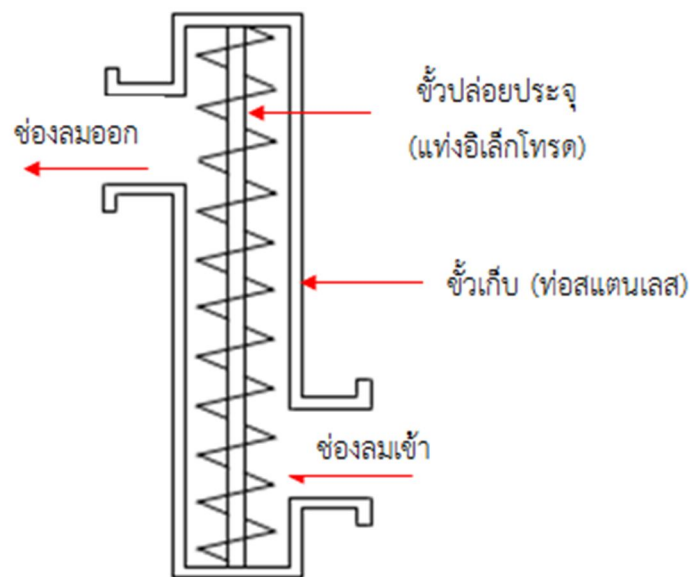
ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตกตะกอนไฟฟ้าสถิต มีดังนี้ นฤปดี ศรีสังข์ และคณะ (2549) ได้สร้างเครื่องตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิตชนิดชั้นเดียวที่มีท่อสแตนเลสทำหน้าที่เป็นขั้วเก็บอนุภาคและมีลวดทองแดงที่อยู่กลางท่อทำหน้าที่เป็นขั้วปล่อยประจุให้กับอนุภาคสำหรับดักจับอนุภาคเขม่าควัน ในการทดลองจ่ายไฟฟ้ากระแสตรง 12.3 kV (DC) อัตราการไหลที่ 20 lpm ผลปรากฏว่า 30 นาทีแรก มีค่าประสิทธิภาพ 90 เปอร์เซ็นต์ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2551 ชญาศักดิ์ รัตนโชติ และคณะได้ทำการศึกษาและสร้างเครื่องตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิตชนิดเส้นลวด-แผ่นเรียบสำหรับดักเขม่าจากการเผาไหม้ไม้ฟืนเพื่อควบคุมหรือลดปริมาณอนุภาคฝุ่นละออง เขม่าควัน หรือตะกอน (ชญาศักดิ์ รัตนโชติ และคณะ, 2551 : 59) ผลการทดลองเบื้องต้นปรากฏว่าเมื่อให้แรงดันไฟฟ้าสูงสุด 12 kV (DC) กับเครื่องตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิตจะมีประสิทธิภาพเฉลี่ยร้อยละ 58.43 จากงานวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบว่า แรงดันไฟฟ้ามีผลต่อประสิทธิภาพการดักจับตะกอน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้

ศึกษาวิธีการดักจับหรือลดปริมาณตะกอนที่เกิดจากการเผาไหม้ของหม้อไอน้ำหรือเตาบอยเลอร์ โดย ออกแบบและสร้างชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตขึ้น และศึกษาปัจจัยแรงดันไฟฟ้าที่ส่งผลให้ชุดทดสอบ มีประสิทธิภาพการดักจับตะกอนได้สูงที่สุด

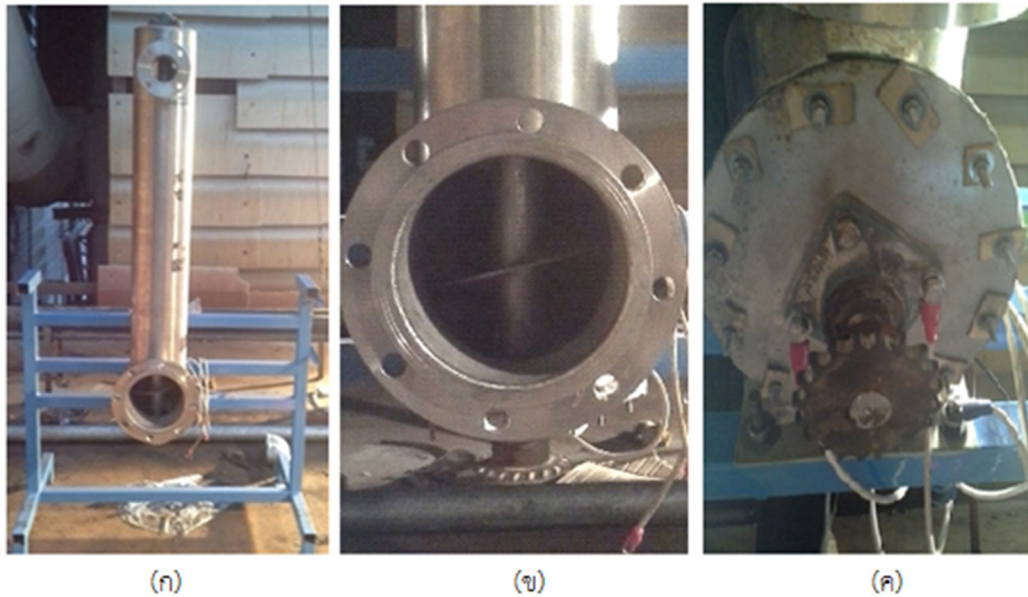
อุปกรณ์และการออกแบบและสร้างชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต

การสร้างชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต ใช้อุปกรณ์ ดังนี้ ท่อสแตนเลส ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 15 เซนติเมตร ความยาว 1 เมตร แกนทรงกระบอกแบบเกลียว เครื่องจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง และถุกรอง

การออกแบบชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต ออกแบบได้ดังรูปที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ **ขั้วเก็บ** ทำจากท่อสแตนเลส ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 15 เซนติเมตร ความยาว 1 เมตร มีช่องลมเข้าและลมออก (รูปที่ 3ก) และ **ขั้วปล่อยประจุ** ใช้แกนทรงกระบอกแบบเกลียว (รูปที่ 3ข) โดยที่ขั้ว อิเล็กโทรดทั้งสองจะวางซ้อนแบบขนานกันตามทีออกแบบไว้ ดังรูปที่ 2 และขั้นตอนสุดท้าย คือ ติดตั้งเครื่องจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูงเข้าชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต (รูปที่ 3ค) เมื่อประกอบชุดดักจับ ตะกอนไฟฟ้าสถิตจะได้ภาพรวมดังรูปที่ 3ก



รูปที่ 2 แผนภาพการออกแบบชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต



รูปที่ 3 แสดง ก) ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตที่ประกอบด้วยขั้วเก็บทำจากท่อสแตนเลส
ข) ขั้วปล่อยประจุลักษณะทรงกระบอกเกลียว
ค) แกนขั้วปล่อยประจุซึ่งต่อกับเครื่องจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง

ขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพการดักจับตะกอน

การทดสอบประสิทธิภาพการดักจับตะกอนของชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตเริ่มต้นจากการติดตั้งเข้ากับท่อปล่อยควันของหม้อไอน้ำหรือเตาอบยเลอร์และเครื่องจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง โดยปรับตั้งค่าแรงดันไฟฟ้าเพื่อทดสอบประสิทธิภาพการดักจับตะกอนที่แรงดันไฟฟ้า 2 4 6 8 10 12 และ 14 กิโลโวลต์ พร้อมติดตั้งถุงกรองเข้าที่ส่วนปลายด้านช่องลมออกของชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต จากนั้นใช้โบลเวอร์ดูดอากาศจากท่อปล่อยควันของหม้อไอน้ำหรือเตาอบยเลอร์ซึ่งอนุภาคจะถูกดูดเข้าไปยังชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต ใช้ระยะเวลาการทดสอบ 30 นาที จึงนำตะกอนในถุงกรองมาชั่งน้ำหนักเพื่อหาปริมาณตะกอนที่หลุดลอดจากชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต เปรียบเทียบกับน้ำหนักตะกอนที่ไม่ผ่านชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต สามารถแสดงแผนภาพการทดลองได้ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 ขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต

ผลการทดสอบ

จากการทดสอบหาประสิทธิภาพชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต โดยศึกษาผลของค่าแรงดันไฟฟ้าที่ระดับแรงดันไฟฟ้าช่วง 0-14 kV นั้นพบว่า เมื่อใช้แรงดันไฟฟ้า 0 kV ในการดักจับอนุภาคตะกอน แล้วชั่งน้ำหนักของตะกอนในถุงกรองได้เท่ากับ 120.0 กรัม จึงใช้เป็นค่าเปรียบเทียบเพื่อหาประสิทธิภาพการดักจับตะกอนที่ ค่าแรงดันไฟฟ้าต่าง ๆ ในช่วง 2-14 kV เพื่อความถูกต้องของผลการทดสอบ จึงทำการทดสอบเป็นจำนวน 8 ครั้งต่อค่าแรงดันไฟฟ้าหนึ่ง ๆ จากนั้นคำนวณหาค่าเฉลี่ย และประสิทธิภาพการดักจับตะกอนได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการดักจับอนุภาคตะกอนที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 2-14 kV เป็นระยะเวลา 30 นาที

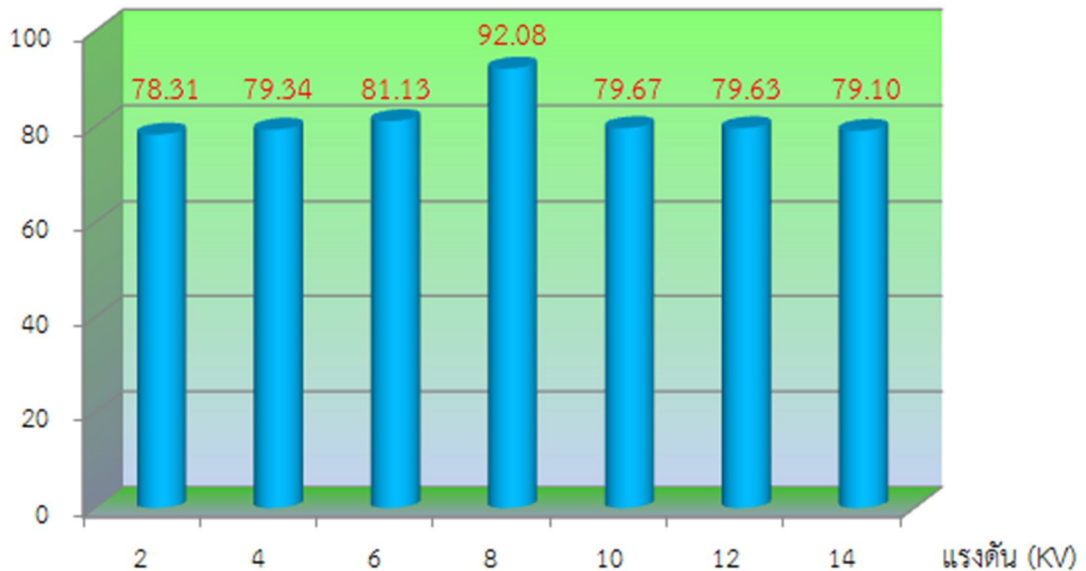
ค่าแรงดัน ไฟฟ้า(kV)	ปริมาณอนุภาคตะกอนที่ดักจับได้ (กรัม)									ประสิทธิ ภาพ (ร้อยละ)
	ครั้งที่1	ครั้งที่2	ครั้งที่3	ครั้งที่4	ครั้งที่5	ครั้งที่6	ครั้งที่7	ครั้งที่8	เฉลี่ย	
2	90.1	93.0	92.5	95.6	94.5	96.1	92.8	97.2	93.975	78.31
4	96.5	91.4	97.2	95.5	98.9	92.7	93.6	95.9	95.212	79.34
6	97.6	92.8	96.7	98.1	97.9	96.5	99.1	100.2	97.362	81.13
8	110.0	109.6	111.2	110.9	111.5	110.5	110.8	109.5	110.5	92.08
10	98.4	91.5	99.8	95.1	96.6	97.8	90.5	95.2	95.612	79.67
12	99.5	98.7	92.6	93.9	90.1	98.7	91.8	99.2	95.562	79.63
14	91.2	99.8	100.5	93.1	92.9	99.8	90.8	91.3	94.925	79.10

จากผลการทดสอบในตารางที่ 1 เมื่อทำการเปรียบเทียบน้ำหนักอนุภาคตะกอนและคำนวณหาประสิทธิภาพชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต จากไฟฟ้าแรงดันสูงที่ระดับแรงดันไฟฟ้าช่วง 2-14 kV ผลการทดสอบปรากฏว่า ที่ระดับแรงดันไฟฟ้า 2 4 6 8 10 12 และ 14 kV มีปริมาณตะกอนที่ดักจับได้เท่ากับร้อยละ 93.975 95.212 97.362 110.5 95.612 95.562 และ 94.925 กรัม ตามลำดับ และนำค่าน้ำหนักตะกอนที่ ดักจับได้นั้นมาคำนวณหาประสิทธิภาพของชุดดักจับตะกอนได้เท่ากับร้อยละ 78.31 79.34 81.13 92.08 79.67 79.63 และ 79.10 ตามลำดับ จากนั้นจึงนำผลการทดสอบดังกล่าวมาแสดงผลในรูปแบบกราฟแท่ง รูปที่ 5 พบว่าแท่งกราฟที่ได้เป็นโค้งระฆังคว่ำ แสดงว่า มีแนวโน้มหรือค่าการกระจายตัวแบบปกติ และที่ค่าแรงดันไฟฟ้า 8 kV มีค่าประสิทธิภาพการดักจับตะกอนได้ดีที่สุดเท่ากับร้อยละ 92.08

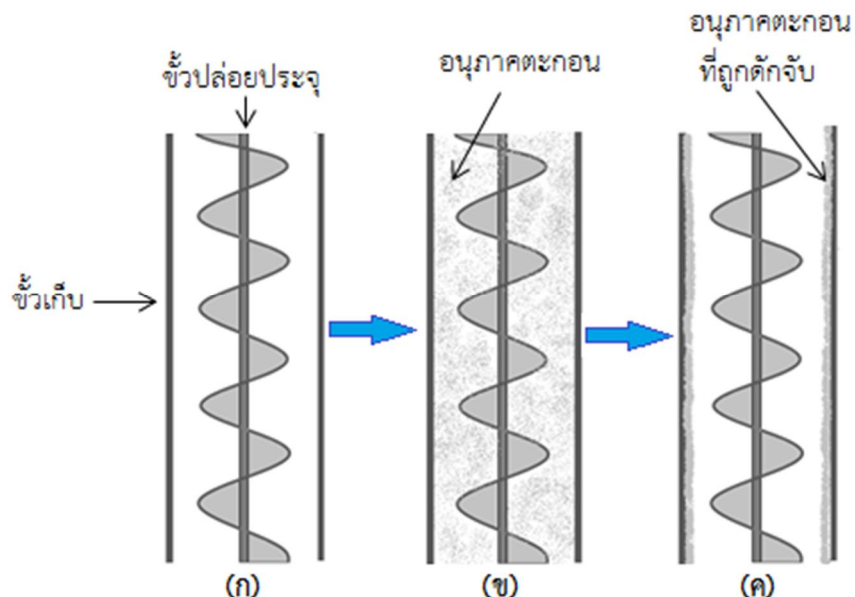
จากการออกแบบและสร้างชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ ขั้วเก็บอยู่ ส่วนนอกสุดของชุดทดสอบทำจากท่อสแตนเลส และขั้วปล่อยประจุ ลักษณะทรงกระบอกแบบเกลียวบรรจุอยู่ในขั้วเก็บ ดังรูปที่ 6ก เมื่อติดตั้งชุดทดสอบเข้ากับเตาอบเยลอร์ พร้อมติดตั้งถุงกรองเข้าที่ส่วนปลายด้านช่องลมออก เริ่มทำการทดสอบโดยจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูงตั้งแต่ 0-14 กิโลโวลต์ ในการดักจับอนุภาคตะกอนเป็นระยะเวลา 30 นาที จากนั้นนำตะกอนในถุงกรองมาชั่งน้ำหนักหาปริมาณตะกอนที่หลุดรอดจากชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต เพื่อหาค่าระดับไฟฟ้าแรงดันสูงที่ทำให้ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตมีประสิทธิภาพดีที่สุด พบว่า เมื่อใช้แรงดันไฟฟ้า 0 kV อนุภาคตะกอนภายในชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตจะไม่มีประจุทางไฟฟ้า ทำให้อนุภาคตะกอนไม่ถูกดักจับและหลุด

ออกมายังถูกรองทั้งหมด ดังรูปที่ 6ข เมื่อนำอนุภาคตะกอนมาซึ่งได้น้ำหนักเท่ากับ 120.0 กรัม จากนั้นจึงทำการทดสอบที่ระดับแรงดันไฟฟ้าช่วง 2 4 6 8 10 12 และ 14 kV อนุภาคตะกอนภายในชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตจะถูกขับปล่อยประจุที่มีไฟฟ้าแรงดันสูงเหนี่ยวนำให้มีประจุไฟฟ้าเป็นลบ และดึงดูดเข้าหาขั้วเก็บซึ่งมีประจุไฟฟ้าเป็นบวกตามหลักไฟฟ้าสถิต จนทำให้อนุภาคตะกอนติดอยู่ที่ขั้วเก็บ ดังรูปที่ 6ค

ประสิทธิภาพ (%)



รูปที่ 5 ประสิทธิภาพของชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตที่ระดับแรงดันไฟฟ้าตั้งแต่ 2-14 กิโลโวลต์



รูปที่ 6 แสดง

- ก) ลักษณะภายในชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต
- ข) อนุภาคตะกอนภายในชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตเมื่อจ่ายแรงดันไฟฟ้า 0 kV
- ค) อนุภาคตะกอนภายในชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตเมื่อจ่ายไฟฟ้าแรงดันสูง

บทสรุป

ผลการทดสอบประสิทธิภาพของชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิต แสดงให้เห็นว่า ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตสามารถดักจับตะกอนที่ปล่อยออกมาจากท่อปล่อยควันของหม้อไอน้ำหรือเตาบอยเลอร์ที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยค่าระดับแรงดันไฟฟ้าที่เหมาะสมและส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการดักจับอนุภาคตะกอนได้ดีที่สุด คือ ระดับแรงดันไฟฟ้า 8 kV ซึ่งมีค่าประสิทธิภาพการดักจับตะกอนสูงถึงร้อยละ 92.08 ดังนั้น ชุดดักจับตะกอนไฟฟ้าสถิตนี้จึงสามารถช่วยลดปัญหามลพิษทางอากาศได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- ชญาศักดิ์ รัตนโชติ, พีระพงศ์ ทีฆสกุล และยุทธนา ภูริระวณิชกุล. (2551). **เครื่องตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิตสำหรับการดักจับเขม่าจากการเผาไหม้ไม้พิน**. รวมบทความวิชาการ เล่มที่ 1 การประชุมวิชาการเครือข่ายวิศวกรรมเครื่องกลแห่งประเทศไทยครั้งที่ 22.
- นภาพร พานิช, แสงสันต์ พานิช, วงศ์พันธ์ ลิ้มปเสนีย์, วิจิตรา จงวิศาล และ วรารุช เสือดี. (2550). **ตำราระบบบำบัดมลพิษอากาศ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤปดี ศรีสังข์, จรัสชัย เย็นพยัป, พีระพงศ์ ทีฆสกุล, วชร กาลาสี. (2549). **ประสิทธิภาพการดักจับอนุภาคเขม่าควันของเครื่องตกตะกอนเชิงไฟฟ้าสถิต**. การประชุมวิชาการเครือข่ายวิศวกรรมเครื่องกลแห่งประเทศไทยครั้งที่ 20, 18 – 20 ตุลาคม 2549 จังหวัดนครราชสีมา.
- พัฒนา มุลพุกข์. (2545). **การป้องกันและควบคุมมลพิษ**. กรุงเทพฯ : ชิกม่า ดีไซน์กราฟฟิก.
- พานิช อินต๊ะ. (2554). **มลพิษทางอากาศและแนวทางการจัดการด้วยเทคนิคไฟฟ้าสถิต**. วิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- วงศ์พันธ์ ลิ้มปเสนีย์, นิตยา มหาผล และธีระ เกรอต. (2540). **มลภาวะอากาศ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิตาวีร์ ธีรวิรุฬห์. (2558). **มลพิษทางอากาศ: การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของไทย**. กลุ่มงานบริการ วิชาการ 3 สำนักวิชาการ. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทน.
- Jaworek, A., Krupa, A., Czech, T.. (2007). Modern electrostatic devices and methods for exhaust gas cleaning: A brief review. **Journal of Electrostatics**, 65, (133–155).
- Kim, S.H., Lee, K.W.. (1999). Experimental study of electrostatic precipitator performance and comparison with existing theoretical prediction models. **Journal of Electrostatics**, 48, (3-25).
- Krigmont, H.V., Muzio, L.J. and Smith, R.A.. (2004). **Multi-stage collector (MSC™) proof-of-concept pilot design and evaluation**. ICESP IX -9th International Conference on Electrostatic Precipitation.

- Podlinsk, J. i., Dekowski, J., Mizeraczyk, J., Brocilo, D., Chang J.S.. (2006). Electrohydrodynamic gas flow in a positive polarity wire-plate electrostatic precipitator and the related dust particle collection efficiency. **Journal of Electrostatics**, 64, (259–262).
- Soeiro, T.B., Friedli, T., Linner, J., Ranstad P., and Kolar, J.W.. (2011). **Comparison of Electrostatic Precipitator Power Supplies with Low Effects on the Mains.** 8th International Conference on Power Electronics - ECCE Asia.
- Strand, M., Pagels, J., Szpila, A., Bohgard, M., Swietlicki, E., Gudmundsson, A. and Sanati, M.. (2002). Fly Ash Penetration through Electrostatic Precipitator and Flue Gas Condenser in a 6 MW Biomass Fired Boiler. **Energy & Fuels**, 16, (1499-1506).
- Wen, T.Y., Krichtafovitch, I., Mamishev, A.V.. (2015). The key energy performance of novel electrostatic precipitators. **Journal of Building Engineering**, 2, (77–84).

พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชนในชุมชนนิคมหนอง
บัว ตำบลหนองอิบุดร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์
Consumption of Bio-Fermented Beverage in Nongeebut Huaiphueng,
Kalasin Province

อาจารย์ณภัทร เตียววิไล, นางสาวนิสา บุญแสง
นางสาวสุภาวีย์ โฮมแพน¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชน ในชุมชนนิคมหนองบัว ต.หนองอิบุดร อ.ห้วยผึ้ง จ.กาฬสินธุ์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 108 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) ใช้สถิติเชิงพรรณนาหาความถี่ ค่าร้อยละและค่าความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภค อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 58.3 และ 72.2 ตามลำดับ 2) พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 90.7 3) ภาวะสุขภาพของประชาชน อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 70.4 นอกจากนี้ พบว่า ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ ($P\text{-value} < 0.05$) ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้และทัศนคติกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นกระบวนการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย และควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีต่อไป

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค/ น้ำหมักชีวภาพ/ สุขภาพ

Abstract

This study is specifically concerned with the effect of Consumption of Bio-Fermented Beverage on the health of 108 consumers in Nongeebut Huaiphueng , Kalasin Province. A questionnaire was used as data collecting tool. Data analysis was done using SPSS for window, frequency, percentage, and Chi-square.

The results revealed that the: 1) knowledge and attitude of most people consuming Bio-fermented beverage were high levels 58.3 and 72.2 respectively. 2)

¹ สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

behavioral consumption of bio-fermented beverage were high levels (90.7%). 3) health status of people were high levels (70.4%). In addition, knowledge and attitude were found to be associated with behavioral consumption (p-value < 0.05) Thus, recommendation from the study is to educate the producer of bio-fermented beverage about producing consistent high quality beverage.

Keywords: Behavioral consumption/ Bio-fermented beverage/ Health

บทนำ

ปัญหาสุขภาพที่ทำให้เกิดการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของคนไทยมีสาเหตุมาจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังและปัจจัยเสี่ยงที่เป็นผลมาจากพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2557) โดยเฉพาะกลุ่มของโรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน รวมไปถึงโรคที่เกิดจากการทำงาน การรักษาที่ยาวนานและไม่ค่อยได้ผลทำให้ผู้ป่วยบางกลุ่มใช้ภูมิปัญญาของชุมชนเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยของตนเอง เช่น ยาตอง ยาสมุนไพรพื้นบ้าน น้ำหมักชีวภาพ พิธีกรรมต่าง ๆ ฯลฯ

น้ำชีวภาพหรือน้ำสกัดชีวภาพนี้เกิดขึ้นเมื่อ ประมาณกลางปี พ.ศ. 2540 เกิดขึ้นในขณะที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ (สุรียา สาสนรักกิจ, 2550) อันเป็นผลมาจากการเติบโตทางเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ส่งผลให้มีการนำสารเคมีหลายชนิดและหลายรูปแบบเข้ามาใช้เพื่อให้ได้ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค โดยในภาคการเกษตร เมื่อปี พ.ศ. 2526 เป็นการผสมผสานจุลินทรีย์หลายชนิดเข้าด้วยกันในตัวกลางที่เป็นกากน้ำตาลหรือน้ำตาลมาใช้ประโยชน์ทางอุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร หลังจากนั้น ในราวปี พ.ศ. 2529 ศาสตราจารย์คาซุโอะ วาคูกามิ ประธานมูลนิธิบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ด้วยกิจกรรมทางศาสนา ได้ร่วมกันนำแนวความคิดและเทคนิคเกี่ยวกับการใช้จุลินทรีย์เพื่อการเกษตรและสิ่งแวดล้อมเข้าเผยแพร่ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก รู้จักกันภายใต้ชื่อที่หลากหลาย คือ น้ำสกัดชีวภาพ น้ำหมักชีวภาพ น้ำเอนไซม์ น้ำจุลินทรีย์ น้ำหมักพืช เป็นต้น (ชีวิวิถิ, 2551)

น้ำหมักชีวภาพที่ใช้ในการบริโภค หรือเอนไซม์เป็นสารโปรตีน วิตามินเอ บี ซี ดี อี เค อะมิโนแอซิด (Amino Acid) และอะเซทิลโคเอ (Acetyl Coa) ที่ได้จากการหมักผลไม้มานานานชนิด เมื่อหมักระยะเริ่มแรกจะเป็นแอลกอฮอล์ ระยะต่อมาเป็นน้ำส้มสายชูซึ่งมีรสเปรี้ยว อีกระยะหนึ่งเป็นยาคาดูมีรสขม ก่อนจะได้เป็นน้ำหมักชีวภาพ (เอนไซม์) ซึ่งใช้เวลาหมักขยายประมาณ 2 ปี แต่หากจะนำไปดื่มกินควรผ่านการหมักขยายเป็นเวลา 6 ปีขึ้นไป โดยประโยชน์จากน้ำหมักชีวภาพนั้น หากมีนวัตกรรมการผลิตที่ดีจะส่งผลดีต่อสุขภาพของระบบย่อยอาหาร ระบบขับถ่าย ทำให้ภูมิคุ้มกันโรคดีขึ้น และช่วยลดคอเลสเตอรอลในเลือดได้ แต่น้ำหมักชีวภาพ ที่ขายอยู่ตามท้องตลาด มักเป็นน้ำหมักชีวภาพที่อยู่ในสภาพเป็นแอลกอฮอล์ ดังนั้นเมื่อดื่มกินแล้วอาจมีอาการร้อนวูบวาบ มึนงง และอาจทำให้ฟันผุกร่อนได้ เพราะน้ำหมักชีวภาพ (เอนไซม์) มีสภาพเป็นกรดสูง ดังนั้นจึงไม่ควรดื่มน้ำหมักชีวภาพแบบเข้มข้น (รสสุคนธ์ พุ่มพันธุ์วงศ์, 2555)

ปัญหาสำคัญของการผลิตน้ำหมักชีวภาพ คือ คุณภาพและความปลอดภัย โดยผู้ผลิตเองยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และข้อควรระวังในกระบวนการผลิต ส่วนผู้บริโภคเองก็ยังไม่มีความสับสนในความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้น้ำหมักชีวภาพเช่นเดียวกัน รวมถึงหลักเกณฑ์ใน

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชีวภาพที่มีคุณภาพและปลอดภัย อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ชีวภาพเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีกฎหมายมากำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์น้ำหมักชีวภาพขึ้นมาอย่างเป็นทางการเพื่อรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำหมักชีวภาพที่มีการผลิตและวางจำหน่าย ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ (ไชยวัฒน์ ไชยสุด, 2550)

ปัจจุบันในชุมชนนิคมหนองบัว ต.หนองอีบุตร อ.ห้วยผึ้ง จ.กาฬสินธุ์ พบว่า ประชาชนมีการผลิตน้ำหมักชีวภาพ และมีการบริโภคตามความเชื่อ ด้วยเหตุผลที่ว่าน้ำหมักชีวภาพช่วยป้องกันโรคต่าง ๆ หรือ ช่วยแก้อาการของบางโรคได้ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพ เป็นชุมชนที่มีการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพเป็นจำนวนมาก โดยผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมในการนำน้ำหมักชีวภาพไปบริโภค ให้กับประชาชนในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติในการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทัศนคติ กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพเพื่อสุขภาพของประชาชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพที่อาศัยอยู่ในชุมชนนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 108 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นใหม่โดยการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ในการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภค ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ และส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับภาวะสุขภาพ แบ่งย่อยออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ภาวะสุขภาพทางกาย และตอนที่ 2 ภาวะสุขภาพทางจิต

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยให้ชุมชนรับทราบก่อนล่วงหน้าก่อนลงเก็บข้อมูล 1 สัปดาห์ มีการนัดหมายกับชุมชน จากนั้นจะลงชุมชนแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล โดยผู้วิจัยจะอธิบายลักษณะและวิธีการตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้น 1 สัปดาห์จะมาเก็บแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพด้วยสถิติ Chi-square

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่าง 108 คนที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.6) มีอายุ 46- 50 ปี (ร้อยละ 23.1) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 76.9) จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 69.4) อาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 76.9) รายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการบริโภค คือเพื่อป้องกันโรค (ร้อยละ 56.5) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	49	45.4
หญิง	59	54.6
อายุ		
35 – 40	23	21.3
41 – 45	18	16.7
46 – 50	25	23.1
51 – 55	22	20.4
56 – 60	20	18.5
สถานภาพ		
โสด	9	8.3
สมรส	83	76.9
หม้าย หย่า แยกกันอยู่	16	14.8
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	16	14.8
ประถมศึกษา	75	69.4
มัธยมศึกษา	8	7.4
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	3	2.8
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	6	5.6
อาชีพ		
อาชีพอิสระ	5	4.6
ค้าขาย	10	9.3
รับราชการ	5	4.6
เกษตรกร	83	76.9
รับจ้าง	5	4.6
รายได้ (บาท/เดือน)		
ต่ำกว่า 5,000	14	13.0
5,001- 10,000	69	63.9
มากกว่า 15,000	8	7.4

ตารางที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการบริโภค		
รักษาโรคเกาต์	2	7.9
รักษาโรคความดันโลหิตสูง	9	8.3
รักษาโรคเบาหวาน	7	6.5
รักษาอาการปวดเมื่อย	27	25.0
รักษาโรคกระดูกทับเส้น	2	1.9
ป้องกันโรค	61	56.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภคอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 58.3) มีทัศนคติต่อการบริโภคน้ำหมักชีวภาพอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 72.2) พฤติกรรมการบริโภค อยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 90.7) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพ

ระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้เรื่องน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภค		
ต่ำ	0	0.0
ปานกลาง	45	54.6
สูง	58	63.3
ทัศนคติต่อการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ		
ต่ำ	0	0.0
ปานกลาง	30	27.8
สูง	78	72.2
พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ		
ต่ำ	0	0.0
ปานกลาง	10	9.3
สูง	98	90.7

ผลการสำรวจภาวะสุขภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพมีระดับค่า BMI อยู่ในระดับปกติ (ร้อยละ 73.1) (ตารางที่ 3) และมีภาวะสุขภาพทางกายและทางจิตส่วนใหญ่ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 70.4) (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละค่าระดับ BMI ของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมัก ชีวภาพ

ค่า BMI	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18.50	9	8.3
18.50-22.90	79	73.1
มากกว่า 23.00	20	18.5

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะสุขภาพทางกายและทางจิต ของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำหมักชีวภาพ

ระดับภาวะสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	0	0.0
ปานกลาง	32	29.6
สูง	76	70.4

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความรู้ ทักษะคิด กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ พบว่าทั้งความรู้และทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($p < 0.05$) (ตารางที่ 5 และ ตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพของประชาชน

ความรู้ความเข้าใจ	พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ			χ^2	df	P - value
	ต่ำ	กลาง	สูง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลางค่อนข้างต่ำ	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (100.0)	7.872	1	0.005**
ระดับสูง	0 (0.00)	45 (45.92)	53 (54.08)			

** $P < 0.01$

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพของประชาชน

ทัศนคติต่อการบริโภคน้ำหมัก ชีวภาพ	พฤติกรรมการบริโภคน้ำหมัก ชีวภาพ			χ^2	df	P - value
	ต่ำ	กลาง	สูง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปานกลางค่อนข้างต่ำ	0 (0.00)	7 (70.0)	3 (30.0)	9.793	1	0.002**
ระดับสูง	0 (0.00)	23 (23.47)	75 (76.53)			

**P<0.01

อภิปรายผล

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำหมักชีวภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพของประชากร อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 54.08 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกร จึงทำให้มีความสนใจในการหาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภค เรื่องของการคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ตามคุณสมบัติเพื่อการบริโภค และสรรพคุณของพืชนั้น ๆ รวมถึงภาชนะที่บรรจุ และที่สำคัญ คือ กระบวนการผลิตน้ำหมักชีวภาพเพื่อการบริโภคจะต้องคำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยเป็นหลัก เพื่อไม่ให้มีสิ่งปนเปื้อนที่เป็นอันตราย ทั้งจากวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในประโยชน์ของการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ เช่น การบริโภคน้ำหมักชีวภาพช่วยทำให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น การบริโภคน้ำหมักชีวภาพสามารถกำจัดแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของโรคในระบบทางเดินอาหารได้ (ศศิธร ศิริสุน, 2555)

ทัศนคติเกี่ยวกับการการบริโภคน้ำหมักชีวภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพของประชากร อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 76.53 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากประชากรมีทัศนคติอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพที่ดี โดยทัศนคติดีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำหมักชีวภาพของบุคคล เช่น ประชากรส่วนใหญ่มีทัศนคติในเรื่องของการทำน้ำหมักชีวภาพไว้บริโภคเองมีความปลอดภัยมากกว่าการซื้อน้ำหมักชีวภาพจากที่อื่นมาบริโภค การบริโภคน้ำหมักชีวภาพไม่ใช่การดื่มสุรา จึงไม่ทำให้เกิดอาการเมา เพราะการทำสุรานั้นต้องมีการเติมยีสต์ แต่การทำน้ำหมักชีวภาพไม่มีส่วนผสมของยีสต์ แต่การบริโภคน้ำหมักชีวภาพถือว่าเป็นยาชนิดหนึ่ง และการบริโภคน้ำหมักชีวภาพยังสามารถช่วยทำให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ไชยวัฒน์ ไชยสุต, 2553)

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าประชาชนในชุมชนนิคมหนองบัวมีความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมใน การบริโภคน้ำหมักชีวภาพอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ควรมีการให้ความรู้ในกระบวนการผลิตที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เพราะการบริโภคน้ำหมักชีวภาพต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจทางวิทยาศาสตร์มาประกอบเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีหนังสือ และเอกสารของการบริโภคน้ำหมักชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไว้ในห้องสมุดชุมชนเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าของประชาชนที่สนใจ รวมทั้งมีการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำหมักชีวภาพตามโอกาสที่เหมาะสมและต่อเนื่องเพื่อช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำหมักชีวภาพมากยิ่งขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคน้ำหมักชีวภาพ เพื่อให้ประชาชนเห็นประโยชน์และโทษของการบริโภคน้ำหมักชีวภาพ
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรแนะนำประชาชนในเรื่องพฤติกรรมกรบริโภคน้ำหมักชีวภาพที่ได้มาตรฐาน กรรมวิธีในการผลิตที่ถูกต้องเพื่อให้ได้น้ำหมักชีวภาพที่มีความสะอาดและมีความปลอดภัยต่อผู้ที่บริโภค

บรรณานุกรม

- ชีวิณี. (2551). **อีเอ็ม คืออะไร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2557, จาก <http://www.chivavithe.net/pdf/chivavithe.zip>
- ไชยวัฒน์ ไชยสุด. (2550). **น้ำหมักชีวภาพเทคโนโลยีเพื่อความพอเพียง**. กรุงเทพมหานคร: งานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อชนบทและชุมชน ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ไชยวัฒน์ ไชยสุด. (2553). **น้ำหมักชีวภาพ หนังสือชุด สุขภาพดีและความงามเริ่มจากข้างใน**. พิมพ์ครั้งที่ 1, ปทุมธานี: ไทยเอฟเฟค สตูดิโอ.
- รสสุคนธ์ พุ่มพันธุ์วงศ์.(2555). **เอนไซม์-น้ำหมักชีวภาพจากผลไม้สำหรับดื่ม**. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2556, จาก <https://sites.google.com/site/baanmaklomp/xensim-na-hmak-chiwphaph>
- ศศิธร ศิริสุน. (2555). **การทำน้ำหมักชีวภาพเทคโนโลยีเพื่อความพอเพียง เพื่อสุขภาพชุมชน. โครงการประชุมเพื่อฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ**. วันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ.2555 ณ ศูนย์ 3 วัย บ้านถ้ำ ต.ดอกคำใต้: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2557). **ท้องถิ่นชุมชนเข้มแข็งพัฒนาสุขภาพอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- สุรียา สาสนรักกิจ. (2550). **น้ำสกัดชีวภาพ**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

การตลาดแบบไวรัล เครื่องมือสำคัญในยุคการสื่อสารแบบดิจิทัล Viral Marketing: Communication in the Digital Age

อาจารย์พิมพ์ไพไล ไทพิทักษ์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาถึงการตลาดแบบไวรัลที่มีการพัฒนาจากการตลาดแบบปากต่อปาก อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้วงการสื่อสารการตลาดและการโฆษณาต้องมีการปรับวิธีการสื่อสารไปหาผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยบทความนี้ศึกษา 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความหมายหรือคำจำกัดความและลักษณะพื้นฐานของการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัล 2) เคล็ดลับในการทำการตลาดแบบไวรัลให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนข้อดี-ข้อเสียของการทำการตลาดแบบไวรัล และ 3) อิทธิพลของผู้นำทางความคิดที่มีต่อการตลาดแบบไวรัล

คำสำคัญ : การตลาดแบบไวรัล/ การตลาดแบบปากต่อปาก/ การโฆษณา/ การสื่อสารการตลาด/
ผู้นำทางความคิด

Abstract

The purpose of this article is to determine the importance of Viral Marketing, it is sometimes referred to as Word-of-Mouth Marketing. Its influence in the behavior of consumers and how technology is affecting the market results.

The article identifies 3 aspects namely: 1) the definition and basic type of viral marketing and word of mouth marketing, 2) the secret success of viral marketing including advantages and disadvantages of viral marketing, and 3) the influences of the opinion leader to the viral marketing.

Keywords: Viral marketing/ Word of mouth/ Marketing/ Advertising/ Marketing communication/ Opinion leader

¹ สาขาวิชาการโฆษณาและธุรกิจบันเทิง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บทนำ

สืบเนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2558 ถือเป็นปีที่ต้องดิ้นรนและต้องแข่งขัน เพราะสถานการณ์ต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับรัฐบาลเป็นสำคัญว่านโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่จะเปิดตัวออกมาใหม่นั้นจะได้ผลมากน้อยเพียงใด และจากที่หลายฝ่ายประเมินว่าจีดีพีของประเทศไทยน่าจะอยู่ที่ร้อยละ 3.5-4 โดยอุตสาหกรรมโฆษณามูลค่า 1 แสนกว่าล้านบาทน่าจะโตได้ถึงร้อยละ 6-8 แต่จากการที่ชาวนายยังมีปัญหารายได้ยังไม่เข้ามา เงินที่จะเข้ามาต้องรอดูผลผลิตในรอบถัดไป ถ้าชาวนายไม่มีเงิน กำลังซื้อก็จะไม่มี กลุ่มสินค้า FMCG (Fast Moving Consumer Goods) ก็จะไม่มียอดโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะตลาดใหญ่อยู่ต่างจังหวัดเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ดี โดยรวมในปี 2558 อุตสาหกรรมโฆษณาก็ถือว่ามีแนวโน้มดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2557 (3 นายกรธุรกิจฯ ซึ่งเศรษฐกิจไทยปี 58 “แพะอมโรค-รับบาป”, 2558) กล่าวคือ ผู้ขายโฆษณามีแนวโน้มจะขยายช่องทางการโฆษณาและสร้างแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ค่าโฆษณา และเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ผู้ขายโฆษณาในสื่อแบบดั้งเดิม เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาจะหันมารุกในธุรกิจสื่อสมัยใหม่ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และตอบโจทย์ผู้ซื้อโฆษณามากขึ้น ในส่วนของผู้ซื้อโฆษณาจะไม่ลดงบประมาณในการโฆษณาลง แต่จะคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่าย โดยจะกระจายงบประมาณไปยังสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น อีกทั้ง SME จะมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อโฆษณามากขึ้น เนื่องจากสื่อโฆษณามีความหลากหลายและราคายังต่ำลง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติจะหันมาใช้การโฆษณาในรูปแบบโฆษณาตัวเดียวกัน แต่ใช้ในหลายประเทศเพื่อสร้างการจดจำในตัวสินค้าและประหยัดต้นทุนการผลิต ในขณะที่ เอเยนซีโฆษณาและ โปรดักชั่น แฮาส์มีแนวโน้มขยายธุรกิจออกสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อขยายฐานลูกค้า และมุ่งใช้ประโยชน์จากการเปิด AEC ทั้งในด้านการจัดหาหรือนำเข้าอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำโฆษณาจากต่างประเทศ และร่วมทุนกับประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน (“ธุรกิจโฆษณาโตขึ้น : จับตา การเติบโตของสื่อทางเลือก และ AEC ส่งให้ ผู้เล่นหลักปรับกลยุทธ์,” 2557)

จากการเติบโตของธุรกิจโฆษณาทำให้เกิดสื่อใหม่ ๆ หรือวิธีการการสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้น การใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคในรูปแบบ เดิม ๆ หรือกลยุทธ์ที่ใช้ผ่านสื่อหลักอย่างสื่อมวลชน (Mass Media) เพียงอย่างเดียวจึงไม่อาจตอบสนองเป้าหมายทางธุรกิจได้ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ สื่อหลักดังกล่าวก็มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและมีจำนวนมากขึ้น จนอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดการปิดกั้นการรับสื่อ อีกทั้ง ผู้บริโภคในปัจจุบันมีส่วนร่วมในการเลือกที่จะรับสื่อมากขึ้น โดยพวกเขาสามารถควบคุมการสื่อสารต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี Uses and Gratifications Theory ที่ว่า ผู้บริโภคจะมีความกระตือรือร้นในการรับสารมากขึ้น มีบทบาทในการตัดสินใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อตามความสนใจของตนเองมากขึ้น (Katz, 1974, as cited in Solomon, 2007)

พฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวทำให้ในบางครั้งการสื่อสารจากนักการตลาดไปยังผู้บริโภคโดยตรง (Marketer to Consumer) ไม่ค่อยได้ผลเท่าที่ควร จึงเป็นช่องว่างที่ทำให้การสื่อสาร

การตลาดจากผู้บริโภคไปยังผู้บริโภคด้วยกันเอง (Consumer to Consumer) มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุให้นักการตลาดต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารทางการตลาดต่าง ๆ อยู่ตลอด สิ่งเหล่านี้ทำให้กลยุทธ์การตลาดและการโฆษณาแบบ Below-the-line Strategy เริ่มมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันที่รู้ดหน้าไปมาก ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากสถิติการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ ในประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 62.3 ล้านคน พบว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 23.8 ล้านคน (ร้อยละ 38.2) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 21.7 ล้านคน (ร้อยละ 34.9) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 19.1 ล้านคน (ร้อยละ 38.2) โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 22.4 (จำนวน 13.8 ล้านคน) เป็นร้อยละ 34.9 (จำนวน 21.7 ล้านคน) ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 61.8 (จำนวน 32.8 ล้านคน) เป็นร้อยละ 77.2 (จำนวน 48.1 ล้านคน) เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนผู้ใช้งานมากที่สุด (“สถิติเผยปี 57 คนไทยมีพีซีใช้เพิ่มขึ้น กทม.ครองแชมป์ใช้เน็ต-มือถือ,” 2557) ประกอบกับแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีการวางเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ICT ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (คณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรป, 2549) ดังนั้น ในด้านของธุรกิจการตลาดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญและได้รับความนิยมมากขึ้น ในอันที่จะเป็นช่องทางใหม่ที่ช่วยสื่อสารข้อมูลของสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็มีหลากหลายรูปแบบ โดยการตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) ก็ถือเป็นหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารจากผู้บริโภคไปยังผู้บริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ไม่จำเป็นต้องมีเงินลงทุนมากมาย อาศัยเพียงแค่ความแปลกใหม่ สื่อสารได้ตรงใจ ก็สามารถแพร่กระจายข้อมูลที่ต้องการส่งได้อย่างรวดเร็ว ถือว่าเป็นทางเลือกในการสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจอย่างมากในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันอย่างไรก็ดี การที่จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวจากการทำการตลาดในรูปแบบนี้ก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ ประการอันเกี่ยวเนื่องกับความรู้สึก ทักษะคติ (Attitudes) แรงจูงใจ (Motivations) ตลอดจนพฤติกรรมตอบสนองของผู้บริโภค (Consumer Responses) ที่มีต่อการตลาดแบบไวรัลด้วย และท้ายที่สุดแล้วควรที่จะนำการตลาดแบบไวรัลไปใช้ร่วมกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ซึ่งก็คือการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication or IMC) นั่นเอง

ดังนั้น บทความ “Viral Marketing : Communication in the Digital Age” จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำการตลาดแบบไวรัลมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาด อันส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเก็บรวบรวมและค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการและอินเทอร์เน็ต โดยประเด็นที่ศึกษามีทั้งสิ้น 3 ประเด็น คือ 1) ความหมายหรือคำจำกัดความและลักษณะพื้นฐานของการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัล 2) เคล็ดลับในการทำการตลาดแบบไวรัลให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจน ข้อดี-ข้อเสียของการทำการตลาดแบบไวรัล และ 3) อิทธิพลของผู้นำทางความคิดที่มีต่อการตลาดแบบไวรัล

การตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing)

เนื่องจากการตลาดแบบไวรัลถือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีพื้นฐานมาจากการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ซึ่ง Solomon (2007) ได้อธิบายว่า คือ การส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง อีกทั้ง ยังเป็นการ

ส่งผ่านข้อมูลจากบุคคลที่เรารู้จัก ซึ่งทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมากกว่า แหล่งข้อมูลอื่น ๆ นอกจากนี้ สมวงค์ พงศ์สถาพร (2549) ได้เสริมว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าใหม่ของผู้บริโภคมักจะอาศัยข้อมูลจากบุคคลเป็นสำคัญ (Personal Sources) ซึ่งก็คือ ข้อมูลที่มาจากคนใกล้ชิด เนื่องจากเป็นการตัดสินใจซื้อในสิ่งที่ตนเองไม่คุ้นเคยผู้บริโภคจึงมักจะเกิดความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ลังเล ไม่อยากเสี่ยง กลัวซื้อไปแล้วใช้ไม่ได้ ใช้สินค้าใหม่ไม่เป็น ฯลฯ จากความรู้สึกเหล่านี้ ผู้บริโภคจึงหาข้อมูลด้วยการสอบถามจากแหล่งข้อมูลที่ตนเองไว้วางใจมากที่สุด นั่นก็คือ เพื่อน ญาติ พี่น้อง ถึงแม้ว่าจะได้รับข้อมูลจากโฆษณา หรือจากพนักงานขายมาก่อนหน้าแล้วก็ตาม

สำหรับลักษณะพื้นฐานของการตลาดแบบปากต่อปากนั้น Balter and Butman (2006) ได้อธิบายไว้ว่า การตลาดแบบปากต่อปากไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นการแพร่กระจายข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเสมอไป เนื่องจากโดยปกติแล้วผู้บริโภคจะรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางผู้ส่งสารทุกประเภท ไม่เฉพาะเจาะจงแต่ผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น โดยหลักในการเลือกรับข้อมูลจะมาจากการที่ผู้รับสารพิจารณาแล้วว่าข้อมูลที่จะได้จากผู้รับสารเป็นข้อมูลที่เขากำลังสนใจ หรือเป็นข้อมูลที่จะกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้

การตลาดแบบปากต่อปากนั้นผู้บริโภคไม่ได้เข้าร่วมการสนทนาเพียงเพราะว่าเป็นการพูดคุยในเรื่องของฟรีเท่านั้น เนื่องจากการทำการตลาดแบบปากต่อปาก ขอบเขตของข้อมูลที่ส่งต่อกันนั้นจะกว้างมาก กล่าวคือ จะมีการพูดคุยกันในทุกหัวข้อที่หลากหลาย เช่น เรื่องของผลิตภัณฑ์ใหม่ เรื่องของข่าวคราวใหม่ ๆ การสื่อสารทางการตลาดอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งการพูดคุยเหล่านี้จะเป็นการส่งต่อและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Two-way Communication)

การตลาดแบบปากต่อปากไม่ได้มีบทบาทต่อฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากกว่ากว่าร้อยละ 80 ของข้อมูลจะได้มาจากการสนทนาแบบเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Face-to-face Communication) และโดยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในที่ทำงานหรือที่บ้าน

การตลาดแบบปากต่อปากไม่ได้ผูกขาดอยู่แต่เฉพาะกลุ่มผู้หญิงเท่านั้น ซึ่งก็หมายความว่า ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเพศในการแพร่กระจายข้อมูล ผู้ชายก็ถือเป็นกำลังสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลของการตลาดแบบปากต่อปากได้เช่นกัน โดยหัวข้อที่มีการพูดคุยกันนั้น จะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ เช่น สินค้าที่สนใจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลนั้นจะทำให้ทั้งระหว่างผู้ชายด้วยกัน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้หญิง ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับหัวข้อในการพูดคุย

ท้ายสุดการตลาดแบบปากต่อปากเป็นเรื่องที่สามารถวัดและติดตามได้ แต่ไม่สามารถควบคุมได้ อีกทั้งยังเป็นการส่งผ่านข้อมูลที่ไม่มีที่สิ้นสุดด้วย

การตลาดแบบไวรัส (Viral Marketing)

การตลาดแบบไวรัสหรือ Viral Marketing เกิดขึ้นครั้งแรกโดย Steve Jurvetson and Tim Draper ในปี 1996 ซึ่งเครื่องมือการตลาดรูปแบบนี้เป็นกลยุทธ์ของบริษัท DFJ (Draper Fisher Jurvetson) ที่ได้นำไปใช้ในการทำตลาดของผู้ให้บริการฟรีอีเมลอย่าง Hotmail (Jurvetson, 2000) ซึ่ง Welker (2002) ได้อ้างอิงจากกรณีของ Hotmail ในการให้คำจำกัดความของการติดต่อสื่อสารแบบไวรัส (Viral Communication) ไว้ว่า เป็นกลยุทธ์ที่ง่ายและไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงนักในการ

แพร่กระจาย หรือส่งต่อข้อมูลข่าวสารด้วยการออกแบบการนำเสนออย่างมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถกระตุ้นความสนใจ หรือมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้บริโภค

ส่วน Solomon (2007) ได้นิยามว่า การตลาดแบบไวรัสเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้ที่เข้ามายังเว็บไซต์ได้ส่งต่อข้อมูลจากเว็บไซต์นั้น ๆ ไปยังเพื่อนของเขาเพื่อให้เกิดการแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปในวงกว้าง

นอกจากนี้ Datta, Chowdhury, and Chakraborty (2005) ได้อธิบายว่า การตลาดแบบไวรัสนั้นจะอาศัยการเผยแพร่ข้อมูลจากผู้บริโภคคนหนึ่งไปสู่ผู้บริโภคอีกคนหนึ่ง นำไปสู่การแพร่กระจายข้อมูลในวงกว้างต่อไปเป็นทอด ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นวิธีการที่ใช้คน (Man) เป็นสื่อ (Medium) เพื่อนำส่งสาร (Message) ไปยังมวลชน (Mass) โดยสภาพแวดล้อมของการส่งต่อข้อมูลของการตลาดแบบไวรัสนั้นมีลักษณะคล้ายกับเครือข่ายการติดต่อสื่อสาร (Web of Communication) ดังนั้น การตลาดแบบไวรัสนั้นอาจเปรียบได้กับการทำการตลาดหลายชั้นตอน (Multi-level Marketing) และผู้บริโภคแต่ละคนที่ส่งต่อข้อมูลข่าวสารก็เปรียบได้กับพนักงานขาย (Salesperson) นั่นเอง

จากการที่การตลาดแบบไวรัสมีลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่ง คือ เป็นการติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะพิเศษ คือ สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ไม่จำกัดเวลาหรือสถานที่ อีกทั้งยังสื่อสารกับผู้อื่นได้คราวละหลาย ๆ คนด้วย (Thurau, Gwinner, Walsh, and Gremler, 2004)

ดังนั้น การตลาดแบบไวรัสมักเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า Electronics Word-of-Mouth (EWOM) โดย Thurau et al. (2004) ได้ให้คำจำกัดความว่า การตลาดแบบไวรัสเป็นการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเจ้าของสินค้าหรือบริการได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารทั้งในทางตรง หรือนำเสนอแบบมีความหมายแฝงภายในสาร ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติทางบวกหรือลบต่อสารนั้นได้ อาจกล่าวได้ว่า การตลาดแบบไวรัสมักเป็นเหมือนการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ต้องมีการค้นหาสถานที่ (เว็บไซต์) ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูล และต้องค้นหาผู้ส่งที่มีประสิทธิภาพ ผู้ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สารได้ (Kirby, 2006) โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารกันใน “ชุมชนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Online Communities)” ซึ่งก็คือ ชุมชนที่ผู้บริโภคมารวมกันด้วยวัตถุประสงค์ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่เขาแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดด้วย (Granitz & Ward, 1996, as cited in Thurau et al., 2004)

นอกจากนี้ Porter and Golan (2006) ได้ให้คำจำกัดความของการโฆษณาแบบไวรัส (Viral Advertising) ว่า เป็นการที่นักการตลาดหรือนักโฆษณาได้นำเสนอข้อความด้วยวิธีการอันสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นหรือปลุกเร้าความรู้สึกของผู้บริโภคผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยนักการตลาดหรือนักโฆษณาต้องการที่จะจูงใจหรือเข้าไปมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพื่อให้พวกเขาส่งต่อสารไปยังผู้อื่น

โดยสรุปแล้วการตลาดแบบไวรัสมักเป็นเครื่องมือทางการตลาดรูปแบบหนึ่งของการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ที่นำมาใช้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อก่อให้เกิดการตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ที่เพิ่มขึ้น โดยการแพร่กระจายข้อมูลนั้นจะมี

กระบวนการคล้ายกับ การแพร่กระจายของเชื้อไวรัสที่สามารถแพร่กระจายได้เป็นเท่าทวีคูณไปเรื่อย ๆ อีกทั้ง การตลาดแบบไวรัสถือเป็นปรากฏการณ์ทางการตลาดที่เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลด้วยความสมัครใจ โดยรูปแบบของการตลาดแบบไวรัสมีหลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอคลิป (Video Clips) แฟลชเกม (Flash Games) รูปภาพ อี-การ์ด หรือแม้กระทั่งข้อความสั้น (SMS Text Messages)

ทั้งนี้ การทำการตลาดแบบไวรัสให้ประสบความสำเร็จควรที่จะมีความแตกต่าง โดดเด่น สนุกสนาน ต้องนำเสนอในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ต้องทำให้ผู้รับเกิดความสนใจ นำไปสู่การส่งต่ออย่างไรก็ดี ไม่ใช่ทุกธุรกิจที่จะทำการตลาดแบบไวรัสได้ประสบความสำเร็จเสมอไป โดยสาเหตุที่ทำให้การตลาดแบบไวรัสไม่ประสบความสำเร็จอาจเนื่องมาจากการนำเสนอสิ่งกระตุ้นที่ไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือตัวโครงสร้างของธุรกิจเอง (MacPherson, 2001) จากที่กล่าวมาจะสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Porter and Golan (2006) ที่พบว่า ลักษณะทางอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการใช้จุดจูงใจทางการโฆษณาของการโฆษณาแบบไวรัสที่แตกต่างกันด้วย

การทำการตลาดแบบไวรัสไม่เพียงแต่จะต้องคำนึงถึงแค่เรื่องของความเหมาะสมของการนำเสนออย่างสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่จะต้องพิจารณาเรื่องความเสี่ยงในการนำการสื่อสารการตลาดรูปแบบนี้มาใช้ด้วย ซึ่งความเสี่ยงหลัก ๆ ก็คือ การที่ข้อมูลข่าวสารอาจถูกปิดเบือนได้นอกจากนี้ การตลาดแบบไวรัสไม่ได้มีวัตถุประสงค์แค่เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายหรือส่งต่อข้อมูลในปริมาณมากเท่านั้น แต่ประโยชน์หรือวัตถุประสงค์ที่แท้จริงนั้นก็คือ การที่ทำให้ผู้บริโภคเป้าหมายเห็นถึงความน่าสนใจของสาร และเกิดความเชื่อถือในสารนั้นเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการตอบสนองได้ตรงตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการสื่อสารด้วยการตลาดแบบไวรัส (Kirby, 2006)

ดังนั้น กระบวนการในการออกแบบการตลาดแบบไวรัสควรเริ่มด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ที่เหมาะสมต่อการใช้วิธีการนี้ จากนั้นจึงพัฒนากลยุทธ์ที่จะใช้ในการนำเสนอ ซึ่งประกอบด้วย แนวคิด รูปแบบ และเรื่องราว ทั้งนี้ จะต้องคำนึงความกลมกลืนกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ด้วย โดย Kirby (2006) ได้แบ่งองค์ประกอบหลักของการทำการตลาดแบบไวรัสออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) Creative Material การนำเสนอต้องมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ 2) Seeding ผู้รับควรเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง ผู้ส่งควรเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้นำทางความคิดหรือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และ 3) Tracking ผลของการทำการตลาดแบบไวรัสควรเป็นสิ่งที่ตรวจสอบหรือวัดผลได้ ซึ่งอาจตรวจสอบจากการที่สารสามารถส่งไปถึงผู้รับสารเป้าหมายปลายทางได้หรือกระแสการตอบกลับหรือพูดถึง

นอกจากองค์ประกอบหลักพื้นฐานที่ควรยึดถือเมื่อนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดวิธีนี้ไปใช้แล้ว ยังมีเคล็ดลับต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของเครื่องมือชนิดนี้อีก 7 ประการด้วยกัน ได้แก่ (“7 เคล็ดลับเพื่อการทำ Viral Web Marketing,” 2550)

1) ทำให้คนรู้สึกอะไรบางอย่าง

การสร้างให้โฆษณาชิ้นนั้นมีการถ่ายทอดความรู้สึกออกมาอย่างชัดเจน รุนแรง การนำเสนอจะต้องสามารถให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นออกมาได้เป็นคำพูด สามารถตัดสินใจที่ถ่ายทอดออกมาได้ว่าต้องการสื่ออารมณ์แบบไหน ตลอดจนพยายามทำให้สิ่งที่สื่อออกมานั้นมีความเป็นกลาง

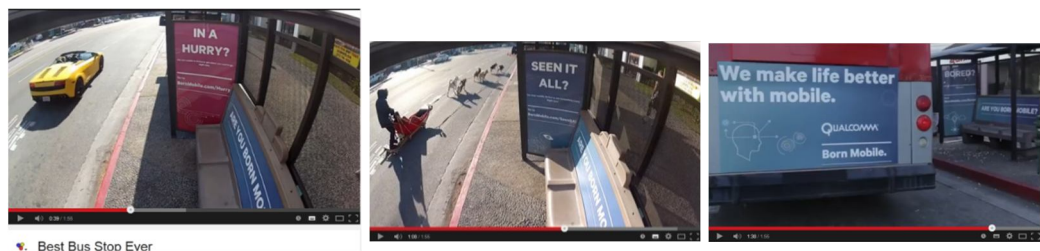
มากที่สุดเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้หลายกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ทำให้มีคนที่ไม่เห็นด้วยหรือไม่ชอบกับสิ่งที่นำเสนอให้น้อยที่สุด เพราะการทำการตลาดแบบไวรัสเป็นการทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ของผู้ชมเสียเป็นส่วนใหญ่ เช่น คลิปโปรโมทภาพยนตร์เรื่อง Last Summer ที่ดึงเอาแก่นหลักของเนื้อเรื่องในภาพยนตร์มาใช้ในคลิป กล่าวคือ มีการนำกระเป่าที่เหมือนมีศพอยู่ข้างในไปวางไว้ในห้องน้ำ พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศให้ดูน่ากลัว และชวนกล้องทำเป็นคลิปออกมาเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตก่อนภาพยนตร์ออกฉาย จากความน่าสนใจของคลิปลงกล่าวที่เล่นกับอารมณ์ความรู้สึกของคนดูทำให้ยอดดูพุ่งขึ้นสูงถึง 1 ล้านวิว ภายใน 1 สัปดาห์



ภาพที่ 1 Viral Clip โปรโมทภาพยนตร์ Last Summer

2) ทำบางอย่างที่เหนือความคาดหมาย

ถ้าต้องการให้ผู้รับสารสนใจในข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่ส่งออกไป นักการตลาดจะต้องทำให้การนำเสนอมีความแตกต่าง มีบางสิ่งบางอย่างที่เหนือความคาดหมาย ควรนำเสนอในสิ่งที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน เช่น การตลาดแบบไวรัสของ Qualcomm ที่สร้างความแปลกใจให้แก่ผู้ใช้บริการรถสาธารณะ ที่ระหว่างรอรถเพื่อ ๆ มีการจูงใจด้วยป้ายโฆษณาที่ให้เราลองกดคลิกไปในเว็บไซต์ตาม URL ที่กำหนด จากนั้นก็จะพบกับสิ่งที่จะพาเราไปจุดหมายปลายทางเหนือความคาดหมาย เช่น รถสปอร์ตเปิดประทุน รถลากเทียมม้าแบบในนิทานสำหรับคู่รัก รถเมลล์ที่เต็มไปด้วยคนละครึ่งตัวสำหรับเด็กน้อย รถลากเลื่อน ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ Qualcomm ต้องการสื่อสารว่า เขาเป็นองค์กรที่ช่วยคิดค้นระบบต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคใช้ชีวิตได้สะดวกสบายมากขึ้น



ภาพที่ 2 Viral Clip ของ Qualcomm

3) อย่างพยายามทำให้ดูเป็นการโฆษณา

เนื่องจากการตลาดแบบไวรัสนี้ที่น่าสนใจนั้นคือ การนำเสนอเรื่องราวที่ดี ๆ เช่น เครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือ T-Mobile ของประเทศอังกฤษที่มีสโลแกนว่า Life's for sharing เน้นเรื่องการแบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุข ได้สร้างความประหลาดใจให้แก่ผู้โดยสารขาเข้าที่สนามบิน Heathrow ด้วยการร้องเพลงต้อนรับ สร้างความรู้สึกดี ๆ และผู้ที่พบเห็นได้ใช้โทรศัพท์ของตัวเองถ่ายคลิปเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป สมดังสโลแกนของ T-Mobile จะเห็นได้ว่าแนวทางใหม่ในการโฆษณาไม่จำเป็นต้องใช้ตัวสินค้าเป็นเครื่องมือในการนำเสนอเสมอไป แต่ควรเน้นไปที่การสร้างสรรค์เรื่องราวที่ดีและน่าสนใจแทน อย่างไรก็ตาม เจ้าของสินค้าก็สามารถนำสินค้าเข้าไปผสมผสานรวมกันได้ แต่ต้องไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด ไม่จำเป็นต้องเป็นหัวใจหลักของ การคิดเรื่องราวเพื่อทำโฆษณา



ภาพที่ 3 Viral Clip ชุด Welcome Back ของ T-Mobile

4) มีเรื่องราวที่ต่อเนื่อง

กล่าวคือ ควรที่จะต้องมีการเอาใจใส่ที่จะผลิตโฆษณาต่อเนื่อง ๆ ไปออกมาเรื่อย ๆ หรือการทำกิจกรรมต่อยอดความคิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง เพราะหากโฆษณาชิ้นแรกสามารถสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภคได้แล้ว ก็มีความเป็นไปได้สูงที่โฆษณาหรือกิจกรรมต่อไป ผู้บริโภคจะเลือกที่จะเปิดรับสาร เช่น ในกรณีของ T-Mobile ก่อนที่จะมี Viral Clip ชุด Welcome Back นั้น ได้ทำ Flash mob ชื่อชุดว่า “Dance” ขึ้นที่สถานีรถไฟใน Liverpool เพื่อสื่อสารสโลแกน Life's for



ภาพที่ 4 Viral Clip ชุด Dance ของ T-Mobile

และหลังจากที่ Viral Clip ทั้งสองนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก T-Mobile ก็ยังคงเล่นกับสถานการณ์สำคัญ ๆ โดยสื่อผ่านคลิปสนุก ๆ ที่ยังคงตอกย้ำถึงไอเดียหลักของแบรนด์อย่าง Life's for

sharing ได้ เช่นคลิป The T-Mobile royal wedding ที่เป็นการรวมเอาคนที่หน้าตาละม้ายคล้าย
เชื้อพระวงศ์อังกฤษต่าง ๆ มาร่วมสนุกสนานเพื่อเฉลิมฉลองงานพระราชพิธีอันยิ่งใหญ่พิธีหนึ่งใน
ประวัติศาสตร์โลกอย่างงานพระราชพิธีเสกสมรสระหว่างเจ้าชายวิลเลียมกับแคทเธอรีน มิดเดิลตัน



ภาพที่ 5 Viral Clip ชุด Royal Wedding ของ T-Mobile

5) เปิดให้สามารถดาวน์โหลดและเอาไปโพสต์ที่เว็บไซต์อื่นได้

การแบ่งปันข้อมูล คือ หัวใจสำคัญอย่างหนึ่งของการตลาดแบบไวรัล เพราะทุก
สิ่งทุกอย่างที่นักการตลาดสร้างสรรค์ขึ้นมาสำหรับการตลาดในรูปแบบนี้ก็เพื่อให้เกิดการส่งต่อและ
แบ่งปันกับผู้อื่นได้ง่ายที่สุด ดังนั้น นักการตลาดต้องอนุญาตให้ผู้รับสารกระทำในสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ได้
เช่น ดาวน์โหลดไฟล์หรือรูปภาพต่าง ๆ ได้ ผู้รับสารสามารถนำไปโพสต์ไว้ที่เว็บไซต์อื่น ๆ ได้ ซึ่งขนาด
ของไฟล์ก็เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะหากว่ามีขนาดที่ใหญ่เกินไปก็ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำไม่
สามารถเปิดดูได้

6) สร้างความสัมพันธ์ด้วยความคิดเห็น

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับสารก็ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำ
การตลาดแบบไวรัล เมื่อผู้รับสารเกิดความสนใจในสารที่นักการตลาดสื่อออกไป ก็ย่อมเกิดความ
ต้องการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนวิจารณ์ในสิ่งที่ได้ชม ซึ่งความคิดเห็นต่าง ๆ เหล่านี้
ถือเป็นสิ่งที่มีพลังและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตลาดแบบไวรัล กล่าวคือ ยังมีคนพูดถึงมากเท่าไรก็
ย่อมหมายความว่ามีคนให้ ความสนใจมากเท่านั้น โดย Walsh, Gwinner, and Swanson (2004)
ได้เสนอว่า เจ้าของสินค้าหรือบริการควรที่จะมีการเปิดพื้นที่ในเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคได้เข้ามาแลกเปลี่ยน
ข้อมูลซึ่งกันและกันด้วย

ทั้งนี้การที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างอารมณ์ของเนื้อ
เรื่อง ให้มีความชัดเจน มีความน่าจดจำ ตรงตรงใจในจิตใจของผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม นักการตลาดหรือ
เจ้าของสินค้าก็จำเป็นต้องทำใจยอมรับความคิดเห็นทั้งดีและไม่ดีที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนต้อง
ต้อนรับทุกความคิดเห็นที่สะท้อนกลับมา ขณะเดียวกันก็ต้องศึกษาหรือคาดการณ์ล่วงหน้า และ
เตรียมพร้อมรับมือกับการต่อต้านที่อาจเกิดขึ้นจากผู้รับสาร รวมทั้งการแทรกแซงของคู่แข่งด้วย

7) ไม่มีการจำกัดการเข้าชม

การตลาดแบบไวรัล คือ การสร้างปรากฏการณ์ทางการตลาดให้มีชีวิตด้วยตัวมันเอง
เหมือนกับ การแพร่กระจายของไวรัส ซึ่งต้องการความมีอิสระ เพื่อส่งต่อไปยังผู้อื่นได้ง่าย ๆ ดังนั้น
การเข้าชมจึงควรเป็นไปอย่างไม่มีขอบเขตหรือข้อจำกัดใด ๆ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ไม่มีการ

ลงทะเบียนก่อนเข้าชม ไม่ต้องสมัครสมาชิก ไม่ต้องดาวน์โหลดด้วยซอฟต์แวร์พิเศษ ไม่มีการลือครหัส ฯลฯ เนื่องจากการทำการตลาดแบบไวรัลไม่ต้องการทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกมาถูกเก็บเป็นความลับ หากแต่ต้องการให้ทุกคนได้เห็นได้รับชมกันอย่างถ้วนหน้า

ข้อดีของการตลาดแบบไวรัล (Advantages of Viral Marketing)

1) ต้นทุนต่ำ (Cheap and Low Cost)

เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลโดยผู้บริโภคด้วยตนเอง กล่าวคือ ผู้บริโภคเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลด้วยความสมัครใจของเขา

2) การเข้าถึงที่กว้างและแพร่หลาย (Extensive Reach)

เนื่องจากการสื่อสารที่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการส่งต่อสามารถมีผู้รับต่อครั้งเป็นจำนวนมาก

3) ความน่าเชื่อถือสูง (High Credibility)

เนื่องจากการพิจารณาการสื่อสารข้อมูลผ่านทางตลาดในแต่ละครั้ง นักการตลาดจำเป็นต้องค้นหาผู้รับสารเบื้องต้นที่มีลักษณะเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) เพื่อที่จะสามารถจูงใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สารได้ อีกทั้งในบางครั้งการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของการตลาดแบบไวรัลยังเป็นการส่งต่อมาจากบุคคลผู้รับที่คุ้นเคยหรือรู้จักกันดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสารของการตลาดแบบไวรัล

4) ประสิทธิภาพสูง (High Efficiency)

ในกรณีที่มีการวางแผนที่รอบคอบและออกแบบการนำเสนอที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้รับสารได้

ข้อเสียของการตลาดแบบไวรัล (Disadvantages of Viral Marketing)

1) เสี่ยงต่อการเข้าใจผิด (Brand Dilution)

เนื่องจากการตลาดแบบไวรัลได้แพร่กระจายข้อมูลข่าวสารโดยอาศัยการส่งต่อของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบข้อความที่ต้องการสื่อควรมีการออกแบบที่รัดกุม ตัวสารควรมีทิศทางที่ชัดเจนว่าต้องการสื่ออะไร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ตรงตามที่นักการตลาดต้องการ

2) เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่ไม่รู้จัก (Association with Unknown Groups)

จุดแข็งของการตลาดแบบไวรัลก็คือการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากภายในระยะเวลาอันสั้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการแพร่กระจายข่าวสารนั้นแม้ว่าบางส่วนนักการตลาดจะสามารถควบคุมได้ กล่าวคือ ในตอนต้นที่ได้มีการคัดเลือกผู้รับเบื้องต้นที่เป็นผู้นำทางความคิด แต่ในช่วงต่อมาก็เป็นการยากที่จะควบคุมได้

3) หลีกเลี่ยงการนำเสนอด้านการเงินเพียงอย่างเดียว (Avoid Making Purely financial - Based Offer)

การตลาดแบบไวรัลจะไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรหากนักการตลาดพยายามที่จะยึดเยียดข้อเสนอทางด้านการเงินเพียงอย่างเดียว เนื่องจากผู้บริโภคอาจเข้าใจผิดได้ว่าเป็นจดหมายขยะ (Spam Mail)

4) การคุกคามของจดหมายขยะ (Spam Threats)

หากนักการตลาดวางแผนการดำเนินงานของการตลาดแบบไวรัสไม่ดี หรือไม่รอบคอบเพียงพอ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งออกไปก็เสี่ยงต่อการที่ผู้บริโภคมองว่าเป็นจดหมายขยะ เช่น บริษัทได้ว่าจ้างให้พนักงานของตนส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ชักชวนให้ซื้อสินค้าไปยังเพื่อนของเขา แต่เพื่อนได้อนุญาตให้ส่งไปได้แค่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเรื่องส่วนตัวเท่านั้น ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ส่งและเพื่อนก็จะแย่งลง รวมทั้งผู้รับก็จะเกิดความรู้สึกด้านลบแก่บริษัทอีกด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทในใจผู้รับได้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัส (Traditional Word-of-Mouth versus Viral Marketing)

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทั้งการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัสจะมีทั้งคุณสมบัติที่คล้ายกัน และคุณสมบัติที่แตกต่างกัน โดยในส่วนที่คล้ายกันนั้นจากการศึกษาของ Porter and Golan (2006) พบว่า ทั้งการตลาดแบบปากต่อปากรูปแบบเดิมและการตลาดแบบไวรัสจะถูกใช้เพื่อจูงใจหรือมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น

ส่วน Datta et al. (2005) วิเคราะห์ว่า ความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดของการตลาดแบบปากต่อปากและการตลาดแบบไวรัส คือ การเข้าถึงและความเร็วในการส่งต่อข้อมูล ในส่วนของการตลาดแบบปากต่อปากนั้นเป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Face-to-face Communication) ซึ่งความเร็วในการแพร่กระจายข้อมูลจะช้ากว่าการตลาดแบบไวรัส ส่วนการตลาดแบบไวรัสนั้นมีลักษณะการแพร่กระจายข้อมูลที่สามารถแพร่หลายไปทั่วโลกได้ในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากอาศัยการส่งต่อข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายที่มีการเชื่อมต่อกันทั่วโลกอย่างไร้ขีดจำกัด อีกทั้งการแพร่กระจายข้อมูลในรูปแบบการตลาดแบบไวรัสนั้น ในครั้งหนึ่ง ๆ ของการเผยแพร่ข้อมูล ผู้ส่งสารสามารถส่งไปยังผู้รับได้หลายคน

อิทธิพลของผู้นำทางความคิดที่มีต่อการตลาดแบบไวรัส (Influences of Opinion Leader on Viral Marketing)

ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) คือ คนที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของคนอื่น ๆ ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน ในการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้นำทางความคิดเหล่านี้มักจะแนะนำสินค้าใหม่ให้คำปรึกษาในการตัดสินใจ ช่วยลดความเสี่ยง และออกความคิดเห็นในทางที่ดีเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจซื้อสินค้าใหม่ คนกลุ่มนี้จึงเป็นผู้ที่ช่วยสื่อสารให้กับนักการตลาดโดยอ้อม โดยลักษณะนิสัยของผู้นำทางความคิดมักจะเป็นคนชอบเข้าสังคม รู้จักคนมาก มีฐานะดี มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบลองของใหม่ ชอบทำตัวให้เด่นจากคนอื่น ๆ เป็นที่ยอมรับของคนอื่น ๆ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นที่ปรึกษาของคนอื่น ๆ ต้องการให้คนยอมรับ เป็นแบบอย่างที่คุณอื่นในสังคมเดียวกันมักจะเลียนแบบทำตาม ตัวอย่างเช่น อเมริกันเอ็กซ์เพรส เมื่อตอนเปิดตัวบัตรเครดิตบัตรทอง ได้ใช้แคมเปญ “Do You Know Me” โดยเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียง ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน เป็นที่ยอมรับของคนในวงสังคม

เดียวกันมาเป็นแบบโฆษณาแนะนำให้ใช้บัตรเครดิต บัตรทองของอเมริกันเอ็กซ์เพรส (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2549)

นอกจากนี้ Cakim (2006) ได้อธิบายว่า ผู้มีอิทธิพลทางโลกออนไลน์ (Online Influencers) หรือ “e-fluentials” นั้นมักจะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดทั้งทางการสื่อสารแบบออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้ง ยังมักจะเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ แก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้า องค์กร การเมือง ตลอดจนเรื่องความบันเทิง สุขภาพ จนอาจกล่าวได้ว่า เมื่อใดที่ผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ e-fluentials ก็จะเป็นบุคคลแรก ๆ ที่เขานึกถึง

จากการที่ e-fluentials มีบทบาทต่อความคิด หรือแนวทางการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นองค์กรจึงควรที่จะมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลเหล่านี้เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลสะท้อนกลับเกี่ยวกับทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการ การสื่อสารทางการตลาดขององค์กร ตลอดจนองค์กรจะได้ทราบปัญหาหรือข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อที่องค์กรจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีการติดต่อ หรือค้นหาข้อมูลจากโลกการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้น หากองค์กรต้องการประสบความสำเร็จในการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต องค์กรควรที่จะต้องค้นหาผู้รับสารเบื้องต้นที่เป็น “Viral Consumers หรือ Opinion Leaders” กล่าวคือ เป็นผู้ที่สนใจในข้อมูลข่าวสารที่จะส่งไปจริง ๆ แม้ว่าในเบื้องต้นอาจจะส่งไปหาผู้รับได้จำนวนน้อย แต่หากผู้รับเป็นผู้นำทางความคิดที่สนใจในสารนั้นจริง ก็จะช่วยให้ผู้รับในขั้นต่อไปเกิดการยอมรับ สนใจ ตลอดจนเชื่อถือในสาร และเกิดพฤติกรรมการส่งต่อสารได้ง่ายขึ้น (Phelps et al., 2004)

ดังนั้น หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งที่องค์กรต้องกระทำ คือ การค้นหาผู้บริโภคที่เป็น e-fluentials โดย Cakim (2006) แนะนำว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะเข้าข่าย คือ ผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นผู้ที่ชอบค้นหาข้อมูลในระดับที่มากกว่าคนทั่วไป (Active Information Seekers) โดยมีขั้นตอนหลัก ๆ ในการค้นหา 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนแรกทำการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมที่ชอบค้นหาข้อมูลออกจากผู้บริโภคทั่วไป ต่อมาสำรวจถึงปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychographic Section) ในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อองค์กรหรืออุตสาหกรรมนั้น ๆ และท้ายสุดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Section) ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การใช้สื่อ (Media Usage) อำนาจซื้อ (Purchasing Power) การครอบครองผลิตภัณฑ์ (Product Ownership) ฯลฯ นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึงความถี่ของพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วย เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงองค์กร ความมีมนุษยสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การส่งต่อข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ผู้อื่น การให้ข้อมูลสะท้อนกลับที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร ฯลฯ

หลังจากที่องค์กรทราบกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพที่สามารถเป็น e-fluentials ให้แก่องค์กรแล้ว ขั้นตอนต่อมาองค์กรจะต้องสร้างความเชื่อใจ หรือความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในจิตใจของ e-fluentials หลังจากนั้นจึงจะให้เขาช่วยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการให้แก่บุคคลอื่นต่อไป นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถนำเอาข้อมูลข่าวสารที่ได้จาก e-fluentials มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนได้อีกด้วย

นอกจากผู้นำทางความคิดหรือ Opinion Leader ดังที่กล่าวมาแล้ว ในงานวิจัยของ Feick and Price (1987) ยังได้มีการใช้ศัพท์ในทำนองเดียวกับ Opinion Leader ด้วย คือคำว่า “Market Maven” โดย Feick และ Price ได้ให้คำนิยามของ Market Maven ว่าหมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความ

เชี่ยวชาญในข้อมูลทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ร้านค้า ตลอดจนข่าวสารทางการตลาดอื่น ๆ ส่วน Opinion Leader จะเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงกว่า

บทสรุป

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การขยายขอบเขตของเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการบริโภคต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ มีการใช้วิจารณ์และความคิดเห็นข้อมูลแหล่งสารที่แตกต่างไปจากเดิม ดังนั้น วงการสื่อสารการตลาดและการโฆษณาจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีในการเข้าถึงผู้บริโภค การตลาดแบบไวรัลก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ธุรกิจนำมาเลือกใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลของสินค้าและบริการของตนสู่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งวิธีการนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่จำเป็นต้องศึกษาวิธีการใช้งาน รวมถึงการสร้างสรรคเนื้อหา (Content) ให้มีความเหมาะสมไม่ดูเป็นการยัดเยียดจนเกินไป ต้องน่าสนใจ และมาจากแหล่งที่กลุ่มเป้าหมายเชื่อถือ นั่นก็คือ การหาผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่เหมาะสมกับการถ่ายทอดข้อมูล หากองค์กรธุรกิจคำนึงและใส่ใจถึงองค์ประกอบเหล่านี้ ก็จะเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนของการสื่อสารการตลาดที่ช่วยสร้างความสำเร็จให้เกิดแก่กิจการได้

บรรณานุกรม

- คณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรป. (2549). **Broadband internet: เชื่อมยุโรปสู่อนาคต.** สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2558, จาก <http://news.thaieurope.net/content/view/1136/64/>
- เคล็ดลับเพื่อการทำ viral web marketing. (2550). **E-commerce**, 99(16), 100-103.
- ไทยรัฐออนไลน์. (14 ตุลาคม 2557). **สถิติเผยปี 57 คนไทยมีพีซีใช้เพิ่มขึ้น กทม.ครองแชมป์ใช้เน็ต-มือถือ.** (2557). สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.thairath.co.th/content/456551>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (5 มีนาคม 2556). **ธุรกิจโฆษณาโตขึ้น : จับตา การเติบโตของสื่อทางเลือก และ AEC ส่งให้ผู้เล่นหลักปรับกลยุทธ์.** (2557). สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2558, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=30686>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2549). **การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร: พิมพ์เศศ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (12 มกราคม 2558). **3 นายกรัฐมนตรีชี้เศรษฐกิจไทยปี 58 “แพะอัมโรครับบาป.** (2558). สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=958000000366>
- Balter, D., & Butman, J. (2006). Clutter Cutter. **Marketing Management**, 15(4), 49-50.

- Cakim, I. (2006). Online opinion leaders: A predictive guide for viral marketing campaigns. In J. Kirby & P. Marsden (Eds), **Connected marketing** (pp. 107-118). Burlington: MPG Books.
- Datta, P. R., Chowdhury, D. N., & Chakraborty, B. R. (2005). Viral marketing: new form of word-of-mouth through internet. **The Business Review**, 3(2), 69-75.
- Feick, L. F., & Price, L. L. (1987). The market maven: A diffuser of marketplace information. **Journal of Marketing**, 51(1), 83-97.
- Jurvetson, S. (2000). What is viral marketing?. Retrieved October 4, 2007, from http://www.dfj.com/cgi-bin/artman/publish/steve_may00.shtml
- Kirby, J. (2006). Viral marketing. In J. Kirby & P. Marsden (Eds), **Connected marketing** (pp. 91-97). Burlington: MPG Books.
- MacPherson, K. (2001). **Permission-based e-mail marketing that works!**. Chicago, IL: Cynthia A. Zigmund.
- Phelps, J. E., Lewis, R., Mobilio, L., Perry, D., & Raman, N. (2004). Viral marketing or electronic word-of-mouth advertising: examining consumer responses and motivations to pass along email. **Journal of Advertising Research**, 44(4), 333-348.
- Porter, L., & Golan, G. J. (2006). From subservient chickens to brawny men: a comparison of viral advertising to television advertising. **Journal of Interactive Advertising**, 6(2), 30-38.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behavior buying, having, and being* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Thurau, T. H., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet?. **Journal of Interactive Marketing**, 18(1), 38-52.
- Walsh, G., Gwinner, K. P., & Swanson, S. R. (2004). What makes mavens tick? exploring the motives of market mavens' initiation of information diffusion. **Journal of Consumer Marketing**, 21(2), 109-122.
- Welker, C. B. (2002). The paradigm of viral communication. **Information Service and Use**, 22(3), 3-8.

กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกร : กรณีศึกษารายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์
Language being used by Variety Talk Show Hosts
: Case Study of Variety Shows

อาจารย์สุเมธ บุญมะยา¹

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ 3) เพื่อศึกษารูปแบบการเป็นพิธีกรในประเภทรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์

ผลการศึกษาเรื่องกลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกรในรายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์พบว่า 1) ภาษาที่ใช้ในการดำเนินรายการเป็นภาษาแบบกันเองหรือภาษาพูด เนื่องจากเป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน แต่ยังคงใช้ภาษาที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และมีความเหมาะสมกับดารารับเชิญ 2) การใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) การใช้ย่นภาษาหรือเนตรภาษา (Oculiesies) 2) การใช้สัมผัสภาษา (Hapties) และ 3) การใช้อาการภาษา (Kinesies)

กล่าวโดยสรุปรายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์เป็นรายการประเภทวาไรตี้ที่เน้นความบันเทิงสนุกสนานมากกว่าการเน้นภาษา พิธีกรจึงมีกลวิธีการใช้ภาษาแบบเป็นกันเองตลอดการดำเนินรายการ ซึ่งผู้ที่มีความสนใจในการศึกษาวิเคราะห์รายการประเภทวาไรตี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการเตรียมความพร้อมในการเป็นพิธีกร

คำสำคัญ : ภาษา / วาไรตี้ทอล์คโชว์

Abstract

The objectives of this research were to: 1) analyze verbal and non-verbal strategies being used by variety talk show hosts in three variety talk shows and 2) evaluate model of the hosts variety talk show.

The study found that: 1) the hosts of variety talk shows focused on fun and entertainment; 2) the language used in variety shows is friendly and informal language;3) the hosts focus on clear and grammatically correct language to suit every

¹ นิสิตปริญญาเอกสาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

guest; 4) non-verbal language consisted of 3 parts; oculusics or eyes language to display the emotion and sentimental; haptics which is the conversation with a touch.; kinesis the use of hand and body movement.

In conclusion, Variety Talk Show focuses on entertainment, so the language using in this show is friendly and non-formal language throughout the show.

Keywords: Language / Variety talk shows

บทนำ

ภาษาเป็นวัฒนธรรม ด้วยเหตุที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ซึ่งมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ของการอยู่ร่วมกันในสังคม ภาษาและวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการไม่ทางใดก็ทางหนึ่งของมนุษย์ โดยเฉพาะภาษานั้นสร้างขึ้นเพื่อสื่อความหมาย วัตถุประสงค์หลักก็เพื่อต้องการส่งสารให้ผู้อื่นได้รับรู้ และต้องการรับรู้สารจากผู้อื่น

การใช้ภาษาในชีวิตประจำวันของมนุษย์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื่องจากมนุษย์เราอยู่ร่วมกันเป็นสังคม และการอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขนั้น ทุกคนควรรักษาหน้าตาของกันและกัน ร่วมทั้งการให้การยอมรับและเห็นแก่ประโยชน์ซึ่งกันและกันเท่าที่จะทำได้ ภาพลักษณ์ของตัวเองในสายตาผู้อื่นเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องการมี ต้องการทำให้ดีขึ้น และต้องรักษาไว้ การรักษาหน้ากระทำได้ทั้งหน้าของตัวเองและหน้าของผู้อื่น จากเหตุผลนี้ มนุษย์จึงพยายามใช้ภาษาในลักษณะเพื่อให้เกียรติ และรักษาหน้าคู่สนทนา อีกทั้งตัวผู้พูดเองจะได้รับการชื่นชม และยกย่องจากคนรอบข้างด้วย แต่การสนทนาในบางสถานการณ์ ผู้พูดอาจใช้ภาษาที่ทำให้ผู้ฟังหรือคู่สนทนาเสียหน้าได้ (สุวรรณ สานันท์, 2535 : 56) การพูดการใช้ภาษา มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างมากไม่ว่าจะอยู่ ณ ที่ใด ประกอบกิจการงานใด หรือคบหาสมาคมกับผู้ใดก็ต้องสื่อสารด้วยการพูดเสมอ มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานการติดต่อของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากเพียงใด และประกอบด้วยคนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น (ประมะ สตะเวทิน, 2538 : 123) ในวันหนึ่ง ๆ นั้นคนเราใช้เวลาในการพูดและการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เมื่อลิ้มตามขึ้นมาจนเข้านอน การพูดจึงเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญ และเกี่ยวกับชีวิตประจำวันมากที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่า การพูดสามารถทำประโยชน์ต่อสังคมได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะด้านใดก็ตาม

การพูดเป็นพฤติกรรมทางภาษาที่ควบคู่ไปกับการฟังเพื่อการสื่อความหมายระหว่างมนุษย์ เป็นการเปล่งเสียงออกมาเป็นภาษาเพื่อถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก หรือความต้องการของผู้พูดไปยังผู้ฟัง โดยใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง และอากัปกิริยา จนเป็นที่เข้าใจกันได้ การพูดที่ดีนั้นคือการใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง รวมทั้งกิริยาอาการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และถูกต้องตามจรรยา มารยาททุก ๆ อาชีพใช้ภาษาพูดเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร ถ้าพูดดีเป็นศรีสง่าแก่ตนเองประกอบอาชีพใด ๆ ก็มีแต่ความเจริญก้าวหน้า

การพูดถือเป็น “ศาสตร์” มีกฎเกณฑ์ เช่น เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะและการพูด อาจกล่าวได้ว่าเป็นศิลปะ คือ มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัวของผู้พูดแต่ละบุคคล บางคนมีความสามารถที่จะตรึงผู้ฟังให้นั่งอยู่กับที่ จิตใจจดจ่ออยู่กับการฟังเรื่องที่พูด เพราะการพูดเป็นทั้ง “ศิลป์” และ “ศาสตร์” (สุวรรณา สถาอานันท์ และ เนื่องน้อย บุญเนตร, 2535 : 24) และการพูดก็เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา ซึ่งภาษาที่จะกล่าวถึงคือการใช้ภาษาในรายการโทรทัศน์ การใช้ภาษาในรายการโทรทัศน์ถือว่ามี ความสำคัญอย่างยิ่งและในการที่จะใช้คำพูดใด ๆ นั้นต้องระมัดระวัง และวางขอบเขตในการใช้ภาษา ว่ามีความถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ยิ่งกว่าเป็นรายการโทรทัศน์ที่ประชาชนให้ความสนใจและให้ความสำคัญแล้วยังจะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง เพราะนอกจากมีปัจจัยทางสังคมแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีอิทธิพลต่อการสนทนาที่สังคมจับจ้องอยู่ ในการใช้คำพูดนั้นควร เลือกรูปแบบคำที่เหมาะสม การพูดจึงเป็นได้ทั้งศิลป์และศาสตร์ การพูดที่เป็นศิลป์นั้น คือ มนุษย์ต้องอาศัยการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ และทางที่ดีนั้นการพูดต้องมีขั้นตอน ส่วนศาสตร์ คือ มีหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติและถ่ายทอด เพื่อเป็นแนวทางที่แน่นอนในการเรียนรู้และพิสูจน์ทดลองได้ การพูดที่ดีจะต้องอาศัยความรู้ทั้งด้าน ทฤษฎี คือ กฎเกณฑ์ที่วางไว้และรู้ทั้งทางปฏิบัติ คือ การฝึกฝนตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้รู้จักพูดอย่างมีประสิทธิภาพ วิชาการพูดหรือที่เรียกกันไปต่าง ๆ ว่า วาทศาสตร์ วาทกรรมและวาทศิลป์นั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์

สำหรับรายการพูดคุย (Talk Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สารความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกรายการลักษณะนี้ว่า ทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลักและมีประสิทธิภาพ ประกอบกัน เพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการ ในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรี แสดงตลก หรือมายากล เพียงแต่การแสดงนั้นถือว่าเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นมากกว่า รายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการสามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ และยังเป็นรายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยที่คนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการ ทำหน้าที่เชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนา ผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการ ในขณะเดียวกันก็ต้องทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา รายการสนทนาแตกต่างกับรายการการพูดคุย กล่าวคือ รายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในขณะที่รายการสนทนามิใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการ การนำเสนอรายการสนทนาที่ดีมิใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตดสลับกันไปมาเท่านั้น หากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือ

เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนาตัดต่อประกอบกับรายการด้วย (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค, 2547: 149-155)

สำหรับรายการโทรทัศน์ที่ผู้ศึกษาสนใจและให้ความสำคัญต้องการศึกษาเป็นรายการ วิชาไรต์ ทอล์คโชว์ทางสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศในประเทศไทยในระบบฟรีทีวี ซึ่งรายการประเภทวิชาไรต์ ทอล์คโชว์มีกลวิธีลักษณะการพูดการสนทนา หรือการสัมภาษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของรายการ อันเป็นที่รู้จักกันอย่างล้นหลาม และมีความหลากหลายในสังคมไทย วิชาไรต์ทอล์คโชว์เป็นประเภท รายการที่ได้รับความนิยมชมชอบขวนติดตาม เพราะมีเอกลักษณ์ในการดำเนินรายการที่แตกต่างจาก รายการอื่น อาจจะไม่มากนักแต่สามารถสร้างจุดเด่นในเรื่องการนำเสนอและสาระประเด็นสำคัญ ต่าง ๆ ที่กำลังเป็นกระแสของสังคมประชาชนต้องการติดตามบุคคลเหล่านั้น ดังนั้น แน่ใจว่าผู้จัด รายการต้องเล็งเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้จึงสามารถตีโจทย์ ความต้องการของประชาชนได้จนเป็นที่ ชื่นชอบแก่ผู้ติดตามได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมา ดังนั้นผู้เขียนจึงเห็นความสำคัญของการ ศึกษาการใช้ภาษาในรายการโทรทัศน์ : รายการวิชาไรต์ทอล์คโชว์ เน้นเฉพาะรายการที่เป็น การสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับดารารับเชิญที่มาร่วมสนทนาในรายการ เพื่อที่จะวิเคราะห์ลักษณะ การใช้ภาษาของพิธีกร โดยศึกษาการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาของพิธีกรระหว่างการสนทนากับ แขกรับเชิญ และศึกษารูปแบบการเป็นพิธีกรในรายการประเภทวิชาไรต์ทอล์คโชว์นี้

เนื้อหา

ตัวอย่างรายการที่ผู้เขียนนำเสนอในการศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ คือ เทปบันทึกข้อมูลรายการ 3 แซ่บ วิชาไรต์ทอล์คโชว์ จำนวน 13 เทป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ	วันเดือนปี	ดารารับเชิญ
1	วันพุธที่ 1 มกราคม 2557	ยงศิลป์ วงศ์พนิตนนท์ (ยอร์ช), ญัฐพัชร์ นิมจิรวัดมัน (แม็ค), เมลิก เอเฟอโยกุน (เมลิก), รตวรรณ ออมไธสง (เนย), ญัฐธิดา ดั่งวัธนาวณิช (ณิช), วิราภรณ์ เสณี-ตันติกุล (มะปราง), ธนิน มนูญศิลป์ (บอมบ์), ซาลิดา วิจิตรวงศ์ทอง (มิ้น), ศรัณยู วินัยพานิช (ไอซ์), ธัญชนก กู๊ด (แพทริเซีย), ยุกต์ ส่งไพศาล (สน) ภิญญา เสนีย์วงศ์ (โย), เอสเธอร์ สุปรีย์ลีลา (เอสเธอร์)
2	วันพุธที่ 8 มกราคม 2557	พศุทธิ์ บานแย้ม (อาร์ต), พิษณุ นิธิไพศาลกุล (กอล์ฟ), ฐกฤต เหมอรณพจิต (เพ็ชร), วุฒิชัย ศิริสันธนะ (ไม้), คณิน ขอบประดิด (เพื่อน)
3	วันพุธที่ 15 มกราคม 2557	อเล็กซานเดอร์ ไชมอน เรนเดลล์ (อเล็กซ์), หยาดทิพย์ ราชปาล (หยาดทิพย์), โฟกัส จีระกุล (กัส)
4	วันพุธที่ 22 มกราคม 2557	ณัฐพร เตมีรักษ์(แต้ว), มนต์นนท์ พันเลิศวงศ์สกุล (โตโน่), จรณ ไสรัตน์ (ท็อป), โฟกัส จีระกุล (โฟกัส), ภัทรากร ตั้งศุภกุล (พลอย)
5	วันพุธที่ 29 มกราคม 2557	สมิทธิ อารยะสกุล (หมอไอ้ค), ร้อยเอกนายแพทย์ สรวิชัย สุบุญ(หมอก้อง), อัครวินท์ อัคราวณิชชัย (หมอวิน), อารักษ์ อมรศุภศิริ (เป้)

6	วันพุธที่ 5 กุมภาพันธ์ 2557	ปกรณ์ ฉัตรบริรักษ์ (บอย), ราศรี บาเล็นซิเอก้า (มาร์กี้), วันใหม่ ฉัตรบริรักษ์ (วันใหม่)
7	วันพุธที่ 12 กุมภาพันธ์ 2557	ปริญ สุภารัตน์ (หมาก), คิมเบอร์ลี่ แอน โวลเทมัส เทียมศิริ (คิมเบอร์ลี่)
8	วันพุธที่ 19 กุมภาพันธ์ 2557	จิรายุ ตั้งศรีสุข (เจมส์), ราณี แคมเปน (เบลล่า)
9	วันพุธที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557	ณเดชน์ คูกิมิยะ (แบรี่), อรุสยา เสเปอร์บันด์ (ญาญ่า)
10	วันพุธที่ 5 มีนาคม 2557	ณเดชน์ คูกิมิยะ (แบรี่), อรุสยา เสเปอร์บันด์ (ญาญ่า)
11	วันพุธที่ 12 มีนาคม 2557	พรชิตา ณ สงขลา (เบนซ์), บรมวุฒิ หิรัณย์ชฐิติ (มิก)
12	วันพุธที่ 19 มีนาคม 2557	ธนิน มนูญศิลป์ (บอมบ์), ซาลิดา วิจิตรวงศ์ทอง (มิน)
13	วันพุธที่ 26 มีนาคม 2557	เมธอมลย์ บุญยศักดิ์ (พลอย), วรทยา นิลคูหา (จ๋อย)
พิธีกร 3 ท่าน คือ คุณอรนภา กฤษฏี คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต และคุณพัชรศรี เบญจมาศ		

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้เขียนวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เกณฑ์การใช้ภาษา คือ ทฤษฎีในการวิเคราะห์การใช้ภาษา (อวยพร พานิช และคณะ, 2543 : 5) ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาโดยวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แห่งว่าไรตี้ ทอล์คโชว์ และวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แห่ง ว่าไรตี้ทอล์คโชว์

รายการ 3 แห่ง ไรตี้ ทอล์คโชว์เป็นรายการประเภทวาไรตี้ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน เฮฮา เป็นการนำเสนอข่าวสารในแวดวงดารานักแสดง หรือข่าวสารที่กำลังตกเป็นกระแสของสังคม รายการ 3 แห่ง ไรตี้ ทอล์คโชว์ นำเสนอเรื่องราวทุกประเด็นเพื่อไขความสงสัย การใช้ภาษาของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือ ท่านแรก คุณอรนภา กฤษฏี (ม้า) ท่านที่สอง คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต (ชมพู่) และท่านสุดท้าย คุณพัชรศรี เบญจมาศ (กาละแมร์) พิธีกรทั้ง 3 ท่านนี้เป็นการใช้ภาษาในลักษณะการพูดแบบไม่เป็นทางการเนื่องจากการเป็นการพูดการสนทนาที่มีบรรยากาศของความเป็นกันเอง ในระหว่างคู่สนทนาก็จะเป็นการพูดคุยที่มีทั้งอารมณ์ขัน และในขณะเดียวกันจะมีการพูดคุยเรื่องส่วนตัวที่จริงอีกด้วย ในการพูดคุยนั้นลีลาของการพูด หรือการวางตัวของผู้นับถือ ซึ่งการพูดแบบนี้ผู้พูดอาจเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีบทบาทมากขึ้น โดยการแสดงความคิดเห็นหรือซักถาม ผู้เขียนได้เลือกประเด็นในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ภาษาวัจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แห่ง ไรตี้ทอล์คโชว์ และวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้วัจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แห่งว่าไรตี้ทอล์คโชว์

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์กลวิธีการใช้วจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แชนป์ วาไรตี้ทอล์คโชว์
ผู้เขียนได้ศึกษาวิเคราะห์ 2 ประเด็นคือ

1. การใช้วจนภาษาให้ชัดเจนและถูกต้อง
2. ใช้วจนภาษาให้เหมาะสม

ประเด็นที่ 1 การใช้วจนภาษาให้ชัดเจนและถูกต้อง

ตัวอย่างการศึกษาวิเคราะห์ ในการบันทึกเทปวันพุธที่ 1 มกราคม 2557

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า การใช้ภาษาของพิธีกรเป็นการใช้ภาษาระดับเป็นกันเอง ดังนั้น การพูดคุยจึงต้องใช้ภาษาที่เข้าตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่กำกวม มีความหมายตรง ไม่คลุมเครือ จากเทปที่ 1 พิธีกร อรณา กฤษณี สนทนาในเรื่องผลงานของดารารับเชิญเกี่ยวกับผลงาน เพลง การใช้ภาษาแบบเป็นกันเองสนทนาเจาะจงถึงเป้าหมายอย่างตรงตัวไม่อ้อมค้อมเข้าใจตรงกัน อย่างชัดเจนดังตัวอย่าง ในบางครั้งพิธีกรอาจไม่จำเป็นต้องใช้คำถามที่ตรงตัวเจาะจงว่าหมายถึงดารา นักแสดงคนไหน อาจไม่ต้องเอ่ยชื่อ แต่คู่สนทนาสามารถรับรู้ได้เลยว่ากำลังพูดกับเราอยู่ หากดารา รับเชิญหลายคนแต่ละจะใช้เอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของดารารับเชิญคนนั้นดังตัวอย่าง

พิธีกร (อรณา กฤษณี) : เห็นว่าตอนนี้ใคร ๆ ก็ติดภาพนางร้ายของเราไปแล้ว

ดารารับเชิญ (เอสเธอร์ สุปรีย์ลีลา) : ซ้ายคะ (2557: 1 มกราคม)

ในบางครั้งพิธีกรอาจจะเกริ่นเป็นประโยคยาว ๆ ก่อนเข้าสู่คำถามเพื่อให้คู่สนทนาตอบ ซึ่งเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งให้คู่สนทนาสนใจมากขึ้น มีระดับเสียงตามความเหมาะสมอาจมีเสียงสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ให้คู่สนทนาตื่นเต้น และใช้ภาษาหรือถ้อยคำตรงหน้าที่ของคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร (อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต) : บอกแล้วนะคะว่า ไม่มีใครดั่งเท่าสามวันเฉลิมนี้อีกแล้ว มีแต่เสียงเรียกร้อง ๆ เข้ามาตลอดเลย ได้ข่าวว่าทั้งสามคนนี้นะ มีงานโชว์ตัวทุกวันจ้า !!

ดารารับเชิญ (ณัฐพัชร์ นิมจิรวุฒน์) : จริงครับ (2557 : 1 มกราคม)

เมื่อเข้าสู่คำถามต่อไปพิธีกรมักจะไม่ขานชื่อเช่นเดียวกันแต่ใช้เทคนิค คือ การสืบหาเรื่องราวของคน ๆ นั้นที่ตกอยู่ในกระแสในช่วงนั้น จึงทำให้คู่สนทนายรู้ตัวทันทีว่าหมายถึงใคร ในการถามนั้นพิธีกรมักใช้ภาษาพื้น ๆ เป็นกันเอง มีความหมายตรงตัว เพื่อให้คู่สนทนาเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งสาร ดังตัวอย่าง

พิธีกร (อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต) : มีคนมาขอหอมแก้มไหม?

ดารารับเชิญ (ยงศิลป์ วงศ์พนิตนนท์) : มีครับ มีแต่ผู้ปกครอง (2557 : 1 มกราคม)

เป็นการสนทนาต่อจากตัวอย่างที่ 2 เป็นการถามอย่างต่อเนื่องให้ความหมายที่ตรงตัวไม่มี ความหมายแฝง เพราะดารารับเชิญเป็นเด็ก ดังนั้นจึงต้องใช้คำพูดในการไล่ถามแบบตรงความ ต้องการของพิธีกร ส่วนมากใช้คำกริยาเป็นตัวสื่อไปยังผู้รับสาร ดังตัวอย่าง

พิธีกร (อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต) : แล้วมีผู้หญิงมาขอหอม?

ดารารับเชิญ (ยงศิลป์ วงศ์พนิตนนท์) : ไม่มีครับ ผู้หญิงห้องผมดูทุกคน มีแต่ผมโดนรังแก (2557 : 1 มกราคม)

ในบางครั้งอาจมีคำอุทานอยู่ในประโยค เป็นคำที่เปล่งเสียงเพื่อแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้พูด การพูดแบบไม่เจาะจงชื่อซึ่งดาราธิบดีเชิญสามารถพูดก่อนหลังก็ได้ในกรณีที่มีผู้ร่วมสนทนาหลายคน ดังตัวอย่าง

พิธีกร (อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต) : อะ ...ก็ถือว่าละครเรื่องนี้ ก็สร้างดารานำใหม่ให้ดัง เป็นพลุแตกเลยแต่ละคน ละครแต่ละคนเป็นยังไงบ้าง ?

ดาราธิบดีเชิญ (วราภานต์ เสนิตันติกุล) : แต่ก่อนนี้กว่าตัวเองเป็นนักแสดงหน้าใหม่ แค่ง่ายรูปก็เป็นเรื่องปกติ (2557 : 1 มกราคม)

การสนทนากับเด็ก ๆ นั้น อาจไม่จำเป็นต้องใช้ประโยคที่ยาว ๆ ใช้ประโยคที่สั้น ๆ สื่อความหมายตรงตัว และไม่จำเป็นต้องมีประธานนำหน้าเสมอไปอาจใช้กริยาหรือกรรมขยายแทน แต่สามารถสื่อถึงบุคคลนั้นได้เลยดังตัวอย่าง

พิธีกร (พัชรศรี เบญจมาศ) : โชว์ตัวเนี่ยะ ทำไรครับ ?

ดาราธิบดีเชิญ (ณัฐพัชร์ นิมจิรวัฒน์) : เดินขึ้นบนเวทีครับ ร้องเพลง โชว์ตัว

พิธีกร : แล้วเมลิกทำอะไรขึ้นบนเวที

ดาราธิบดีเชิญ (ณัฐพัชร์ นิมจิรวัฒน์) : ขึ้นไปกระโดดครับ (2557 : 1 มกราคม)

เพื่อให้ดูมีความสุภาพเรียบร้อยพิธีกรอาจใช้คำว่า **คะ / ครับ** ตามท้ายประโยคที่ใช้ถามคู่สนทนาอีกด้วยดังตัวอย่าง

พิธีกร (พัชรศรี เบญจมาศ) : สามคนนี้นะคะไม่ได้รับแค่งานขึ้นไปโชว์ตัวนะคะ คือดูเหมือนพี่น้องกันจริง ๆ เลย งานถ่ายแบบด้วย แล้วน้องแม่ก็ขึ้นไปทำอะไรบ้างครับ?

ดาราธิบดีเชิญ (ณัฐพัชร์ นิมจิรวัฒน์) : ขึ้นไปถ่ายรูปครับ ขึ้นถ่ายแบบลงหนังสือ (2557 : 1 มกราคม)

สรุป การใช้วจนภาษาให้ถูกต้องและชัดเจน จากเทปบันทึกรายการ 3 แซบ วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ทั้ง 13 เทป ตั้งแต่วันพุธที่ 1 เดือนมกราคม ถึงวันพุธที่ 26 เดือนมีนาคม 2557 โดยหลักของพิธีกรมักใช้ภาษาที่เน้นความชัดเจนมากกว่าใช้ภาษาให้ถูกต้องตามไวยากรณ์ เนื่องจากเป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน ความบันเทิง ภาษาจึงไม่จำเป็นต้องถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ทุกประโยคและส่วนใหญ่มักจะมีคำยืมจากต่างประเทศอยู่ด้วยในแต่ละเทป

ประเด็นที่ 2 วิเคราะห์การใช้วจนภาษาให้เหมาะสม

ศึกษาการใช้วจนภาษาให้เหมาะสมของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือ คุณอรนภา กฤษฏี คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต และคุณพัชรศรี เบญจมาศ

ใช้ภาษาเหมาะสมกับลักษณะการสื่อสาร

กลวิธีการใช้วจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แซบ วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ทั้ง 13 เทป พบว่าการใช้ภาษาเหมาะสมกับลักษณะการสื่อสาร คือ พิธีกรใช้ภาษาแบบเป็นกันเองกับดาราธิบดีเชิญ เป็นการพูดโดยไม่ใช้ภาษาแบบเป็นทางการหรือกึ่งทางการ จึงทำให้การสื่อสารมีความน่าสนใจ เข้ายากับดาราธิบดีเชิญ การใช้ภาษาส่วนมากมีความหมายตรงกับหน้าที่ของคำ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่มีศัพท์ทางการ และในบางครั้งอาจจะมีศัพท์อยู่บ้าง เช่น แอคติง เวอชั่น เลิฟซีน อิต แอปปี ไอจี ฯลฯ การเลือกใช้คำพูดนั้นส่วนมากพิธีกรจะไม่เน้นภาษามากนัก มักจะสนทนาภาษากันเอง ถือว่า

เป็นการใช้ภาษาที่เหมาะสม เพราะรายการ 3 แห่ง วาไรตี้ ทอล์คโชว์ เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน เฮฮา ภาษาที่ใช้จึงเป็นภาษาพูดที่เหมาะสมกับการสื่อสารระหว่างดาราับเชิญ

ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับงานแต่ละประเภท

คือการสื่อสารทางธุรกิจมีงานแยกย่อยไปมากมาย เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานให้ข่าวสาร แก่สื่อมวลชน แต่ละงานมีภาษาเฉพาะ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องเรียนรู้ลักษณะงาน และลักษณะภาษาที่เหมาะสมกับงานนั้น ๆ ในรายการ 3 แห่ง วาไรตี้ทอล์คโชว์ เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนานเฮฮา ภาษาที่ใช้จึงเป็นภาษาพูดหรือภาษาแบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาของพิธีกรมีความเหมาะสมกับการสนทนากับดาราับเชิญ ด้วยความเป็นกันเองจึงทำให้ภาษาพูดเหมาะสมกับงานประเภทสื่อสารมวลชนที่เป็นรายการประเภททอล์คโชว์ บวกกับลักษณะนิสัยใจคอของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือ คุณชมพู่ อารยา คุณม้า อรรภา และคุณกานดาแมร์ พัชรศรี จึงทำให้ภาษาที่ใช้กับงานมีความเหมาะสม บางครั้งอาจมีสำนวนหรือภาษาต่างประเทศอยู่ด้วย ภาษาไทยบางคำยาวและมีความหมายยาวจึงยากแก่การพูดในเวลาที่มีรีทวีต ดังนั้น พิธีกรจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาต่างประเทศอยู่ด้วยในการสนทนากับดาราับเชิญ

ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสื่อ

คือการสื่อสารทางธุรกิจอาจใช้สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องรู้ความต่างของสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท และภาษาที่เหมาะสมสำหรับแต่ละประเภทเนื่องจากรายการ 3 แห่ง วาไรตี้ ทอล์คโชว์ เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ทอล์คโชว์ที่เน้นความสนุกสนาน ความเฮฮา เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัยซึ่งเป็นสื่อมวลชน ภาษาที่ใช้เป็นภาษาแบบเป็นกันเองผสมกับรายการประเภท วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ภาษาจึงไม่เป็นแบบทางการ ดังนั้นจึงเหมาะสมกับสื่อที่ใช้ ทว่าเป็นรายการประเภทสารคดีความรู้ภาษาที่เป็นแบบภาษากันเองหากใช้จะไม่เหมาะสมกับสื่อ

ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมาย

คำว่า ผู้รับสารเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มผู้รับสารเฉพาะที่ผู้ส่งสารคาดหวังไว้ ผู้ส่งสารย่อมต้องวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของงานนั้น และเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสารนั้น ๆ รายการ 3 แห่ง วาไรตี้ทอล์คโชว์ ในรายการนั้นบางสัปดาห์จะมีดาราับเชิญที่เป็นเด็ก พิธีกรจึงต้องเลือกใช้คำที่เหมาะสมกับเด็ก สื่อสารให้เด็กเข้าใจง่ายใช้ภาษาที่ไม่กำกวม หากเลือกใช้ภาษาที่มีความหมายกำกวมหรือความหมายแฝงแล้ว ในบางครั้งอาจทำให้กลุ่มผู้รับสารเข้าใจผิด พิธีกรทั้ง 3 ท่าน จึงเลือกศึกษาคำที่เหมาะสมกับวัยของเด็ก จากการศึกษาในเทปที่ 1 วันที่ 1 มกราคม 2557 เป็นดาราับเชิญที่เป็นเด็ก คือ ยงศิลป์ วงศ์พนิตนนท์ (ยอร์ช) ญัฐพัชร์ นิมจิรวัดน์ (แม็ค) และเมลิค เอเฟ้ โอย์กุน (เมลิค) สังเกตจากการใช้ภาษาของพิธีกรส่วนมากจะใช้คำง่าย ๆ จึงทำให้เข้าใจถึงความหมาย

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์กลวิธีการใช้อวัจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แห่ง วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ผู้เขียนได้ศึกษาวิเคราะห์อวัจนภาษา 3 ประเด็น คือ

1. นัยนภาษาหรือเนตรภาษา (Coulees) หมายถึง การใช้ดวงตาหรือสายตาที่บ่งบอกอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความต้องการและทัศนคติของผู้ส่งสาร

2. สัมผัสภาษา(Hapties) หมายถึง การสัมผัสเพื่อส่งความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ความรู้สึก
ในใจของผู้ส่งสาร

3. อากาษา (Kinesies) หมายถึง การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ส่งความรู้สึกนึก
คิดไปยังผู้รับสาร

ตัวอย่างบางตอนของการบันทึกเทปรายการ 3 แห่ง วาไรตี้ทอล์คโชว์ วันพุธที่ 1 มกราคม 2557
ดารารับเชิญ : ยงศิลป์ วงศ์พนิตนนท์ (ยอร์ช) ญัฐพัชร์ นิมจิรวัดน์ (แม็ค) และ เมลิก เอเฟ่ ไอย์กุน (เมลิค)

พิธีกรท่านแรก อรณา กฤษฎี

1. นัยน์ภาษาหรือเนตรภาษา (Oculusies)

การใช้ดวงตาของคุณอรณา กฤษฎี คือ การมองตาพร้อมกับการยิ้มการสนทนาในแต่ละ
ครั้งมักใช้สายตาเป็นตัวสื่อความรู้สึกอารมณ์ของผู้ส่งสาร

ตัวอย่าง “การใช้ดวงตา”

อรณา กฤษฎี : “...เห็นบอกว่าใคร ๆ ก็ติดภาพนางร้ายของเราไปแล้วใช่ไหม ?”

การสนทนาหรือถามของพิธีกร อรณา กฤษฎี จะมีเอกลักษณ์เฉพาะในการสนทนา การ
แสดงสีหน้าที่จริงจังไปกับคำถามที่ใช้ถามดารารับเชิญ ดังตัวอย่างข้างต้น

2. สัมผัสภาษา (Hapties)

การสัมผัสเพื่อส่งความรู้สึกนึกคิด หรืออารมณ์ของคุณอรณา กฤษฎี คือ มีการโอบกอดดารา
รับเชิญ การจับแขนจับผมดารารับเชิญ การจับ

ตัวอย่าง “การจับผมลูบผม”

อรณา กฤษฎี : “...จำได้หมดจำได้ทุก...”

การลูบผมเด็กแสดงถึงความเอ็นดูเด็กที่มาร่วมรายการ บ่งบอกในลักษณะที่เป็นการเองกับ
เด็ก เพื่อไม่ให้เด็กรู้สึกเกร็ง ๆ ดังตัวอย่างข้างต้น

3. อากาษา (Kinesies)

การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายของคุณอรณา กฤษฎี คือ การปรบมือตอบรับดารา
รับเชิญ การเดินมีส่วนร่วมกับดารารับเชิญ การเดินไปมา การยืนเอียงตัวการพยักหน้า การเดิน

ตัวอย่าง “การเดิน”

อรณา กฤษฎี : “...ชอบท่าเต้นมากเลย ไหนลองทำใหม่สิ”

การแสดงลักษณะที่ขบขอกขบใจในท่าเต้นของดารารับเชิญ จึงทำให้พิธีกรมีความสนใจที่
อยากจะทดลองท่าเต้น สเต็ปการเต้น เพื่อให้ดูมีความสนใจในการนำเสนอ ดังตัวอย่างข้างต้น (2557:
1 มกราคม)

พิธีกรท่านที่สอง อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต

1. นัยน์ภาษาหรือเนตรภาษา (Oculusies)

การใช้ดวงตาของคุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต คือ การสบตากับดารารับเชิญเพื่อสื่อ
ความรู้สึกของพิธีกร

ตัวอย่าง “การสบตา”

อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต : “...จะบอกว่าเป็นโชว์ที่น่ารักมากมาย”

การพูดที่แสดงสายตาถึงความเอ็นดูเด็ก ๆ การใช้ลักษณะท่าทางที่แสดงถึงบุคลิกของพิธีกร
บวกกับน้ำเสียงที่แสดงความชื่นชมดารารับเชิญเด็ก ๆ ดังตัวอย่างข้างต้น

2. สัมผัสภาษา(Haptics)

การสัมผัสเพื่อส่งความรู้สึกนึกคิด หรืออารมณ์ของคุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต คือ การก้มอยู่หลังเด็ก ๆ การอุกตัวเด็ก ๆ ที่เข้าร่วมรายการ

ตัวอย่าง “การก้ม”

อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต : “...เป็นการดูนิยายสารของเด็ก ๆ ร่วมรายการ อ่า...อ้อ”

ในบางช่วงที่พิธีกรนำนิยายสารที่ดาราได้รับเชิญได้ถ่ายไว้ พิธีกรจึงนำเสนอการถ่ายแบบของดาราได้รับเชิญของเด็ก ๆ ในแต่ละคน พิธีกรจึงมีการก้มดูความสามารถของเด็ก ๆ ดังตัวอย่างข้างต้น

3. อากาษา (Kinesics)

การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายของคุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต คือ การเดินมีส่วนร่วมกับดาราได้รับเชิญ การพูดพร้อมจับแขนดาราได้รับเชิญการถูกฝ่ามือขณะพูด การก้มขณะพูด การเดินการพยักหน้า

ตัวอย่าง “การจับแขน”

อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต : “...ตอนนี้กำลังจะบอกผู้ใหญ่ว่า...ขอเก็บตัวนิดนึง”

เป็นช่วงที่สนทนากับดาราได้รับเชิญในละคร ทองเนื้อเก้า รุ่งใหญ่ ที่พิธีกรสนทนากับมะปราง (วิราภรณ์ เสนิตันติกุล) โดยมีการจับแขนและพูด ดังตัวอย่างข้างต้น (2557: 1 มกราคม)

พิธีกรท่านที่สาม พัชรศรี เบญจมาศ

1. นัยน์ภาษาหรือเนตรภาษา (Oculics)

การใช้ดวงตาของคุณพัชรศรี เบญจมาศ คือ การสนทนาระหว่างดาราได้รับเชิญนั้นพิธีกรมักสบตาดาราได้รับเชิญเพื่อสื่ออารมณ์ความรู้สึกของพิธีกร

ตัวอย่าง “การสบตา”

พัชรศรี เบญจมาศ : “...เมลิก เวลาโชว์ตัวทำอะไรบ้างครับ ?”

การถามของพิธีกรเป็นการถามแสดงสายตาถึงความเอ็นดูน้องเมลิก (เมลิก เอเฟ่ โอย์กุน) ในการสนทนานี้น้องเมลิกจะพูดเป็นประโยคไม่ได้จึงต้องเป็นแม่ (ณัฐพัชร นิมิจิรวฒน์) กับ ยอร์ช (ยงค์ ศิลป์ วงศ์พินิตนนท์) เป็นผู้ตอบคำถามแทน ดังตัวอย่างข้างต้นที่พิธีกรถาม

2. สัมผัสภาษา(Haptics)

การสัมผัสเพื่อส่งความรู้สึกนึกคิด หรืออารมณ์ของคุณพัชรศรี เบญจมาศ คือ การโอบไหล่เด็ก ๆ ที่เข้าร่วมรายการ

ตัวอย่าง “จับไหล่เด็ก”

พัชรศรี เบญจมาศ : “...อ๊วยตายแล้ว มีสาว ๆ ล้อม วันนี้มีสาว ๆ รุ่มล่อม”

พิธีกรหยอกล้อเด็ก ๆ พร้อมกับจับไหล่ของดาราได้รับเชิญแสดงให้เห็นถึงความเอ็นดูเด็ก ๆ ดังการพูดในตัวอย่างข้างต้น

3. อากาษา (Kinesics)

การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายของคุณพัชรศรี เบญจมาศ คือ การเดินมีส่วนร่วมกับดาราได้รับเชิญ การปรบมือต้อนรับดาราได้รับเชิญ การยื่นเอียงตัวไปมาขณะพูด การพยักหน้า

ตัวอย่าง “การยื่น”

พัชรศรี เบญจมาศ : “...ตอนแรกคนตามก็คน แล้วตอนนี้ละ (ตามด้วยประโยค) เสียายละม่อมหายไปแล้ว”

เป็นช่วงที่ต้อนรับดารารับเชิญรุ่นใหม่ซึ่งต้องเดินทางไปต้อนรับและยินยนทนาถึงการรับบทเป็นตัวละครเรื่องทองเนื้อเก้า โดยสนทนากับเนย (รตวรรณ ออมไธสง) ซึ่งรับบทเป็น สาวใช้ที่ชื่อละม่อม ดังตัวอย่างข้างต้น (2557: 1 มกราคม)

สรุปกลวิธีการใช้วจนภาษาของพิธีกรในรายการ 3 แซ่บ วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ทั้ง 13 เทป พบว่า

นัยนภาษาหรือเนตรภาษา (Oculiesies)

พิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือ คุณอรนภา กฤษณี ,คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต, คุณพัชรศรี เบญจมาศ ในขณะที่ดำเนินรายการพิธีกรมักจะใช้สายตาสื่อถึงอารมณ์ในการสนทนาอยู่เสมอเพื่อให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกับพิธีกร การกวาดสายตากรให้ความสนใจกับดารารับเชิญในทุก ๆ ประเด็น การหรีตาของพิธีกรแสดงถึง ความสงสัย ความไม่แน่ใจ การกระทำเหล่านี้ล้วนแต่แสดงออกทางดวงตา การทำตาเอ้มระหว่างพิธีกรกับคู่สนทนาในแต่สัปดาห์จะมีดารารับเชิญที่อยู่ในกระแสของละคร พิธีกรมักจะทำสบตาในตัวละครนั้น ๆ จึงต้องมีการทำตาเอ้มใส่กัน การมองด้วยหางตาของพิธีกรมักจะเป็นการหยอกล้อกับดารารับเชิญ และไม่ว่าจะเป็นการยิ้มขณะพูดคุยกันหรือการหัวเราะ สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายผ่านทางดวงตาทุกครั้งี่พูดคุยกัน

สัมผัสภาษา (Hapties)

พิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือ คุณอรนภา กฤษณี คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต และ คุณพัชรศรี เบญจมาศ ในขณะที่สนทนากับดารารับเชิญนั้นนอกจากจะพูดคุยกันแล้ว พิธีกรจะสร้างจุดเด่นประกอบท่าทางในการพูด เพื่อความบันเทิงในการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการ อาทิ การโอบกอดดารารับเชิญ การจุดกระชาก ในการจุดกระชากนั้นเป็นการแสดงละครระหว่างพิธีกรกับดารารับเชิญ การถูกเนื้อถูกตัวดารารับเชิญแสดงถึง ความเป็นกันเอง สิ่งเหล่านี้เป็นสัมผัสภาษาที่พิธีกรแสดงออกมาผ่านการกระทำหรือการแสดงกิริยาท่าทางประกอบการสนทนาแบบเป็นกันเอง เป็นการแสดงออกที่ไม่ถือตัว พิธีกรมักจะทำให้ความสนิทสนมกับดารารับเชิญเพื่อไม่ให้ดารารับเชิญเกิดการเกร็งในระหว่างการสนทนา

อาการภาษา (Kinesies)

พิธีกรทั้ง 3 ท่าน คือคุณอรนภา กฤษณี คุณอารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต และ คุณพัชรศรี เบญจมาศ ในขณะที่สนทนากับดารารับเชิญ พิธีกรมักจะทำเคลื่อนไหวร่างกายประกอบการพูดหรือสนทนาอยู่เสมอ ๆ ได้แก่ การเอนศีรษะเวลาตั้งคำถามกับดารารับเชิญ การปรบมือเวลาได้ยินคำตอบจากดารารับเชิญที่ตอบคำถามได้ถูกใจพิธีกร การนั่งกอดอกหรือยืนกอดอกเวลาตั้งใจฟังข้อมูลจากดารารับเชิญ การเดินไปมามักจะแสดงท่าทางนี้ก็ต่อเมื่อต้องยืนพูดคุยกับดารารับเชิญ ในบางสัปดาห์ที่ดารารับเชิญต้องแสดงความสามารถต่าง ๆ อย่างเช่น การร้องเพลง พิธีกรมักจะมีส่วนร่วมด้วย คือ การเต้น การทำอาหารของดารารับเชิญ พิธีกรจะชิมด้วยพูดไปด้วยการใช้นิ้วมือชี้ประกอบการสนทนา สิ่งเหล่านี้เป็นอาการภาษาที่พิธีกรแสดงออกมาในระหว่างการสนทนา แสดงถึงความเป็นกันเองที่ไม่ต้องเกรงหรือไม่ต้องกักความเป็นตัวตนของพิธีกร

จะสังเกตได้ว่ารายการ 3 แซ่บ วาไรตี้ทอล์คโชว์ เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน เฮฮา ดาราคนไหนที่ตกเป็นกระแส หรือเรื่องที่กำลังตกอยู่ในกระแสจะนำมารวบรวมอยู่ในรายการนี้ การใช้ภาษาของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน เป็นภาษาตนเองหรือภาษาพูด ความเป็นกันเองของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน

การแสดงกิริยาท่าทางหรือ ความเป็นตัวตนของพิธีกร จึงทำให้มีผู้ติดตามชมรายการทุกสัปดาห์และ
พูดถึงรายการ 3 แห่ง ว่าดีต่อลึคโซว์กันบ่อย ๆ จากบุคคลที่ไม่เคยชมรายการนี้ต่างก็รับชม เพราะ
เป็นรายการที่คลายเครียดได้ดีมากเลยทีเดียว

เมื่อได้ข้อมูลครบทั้งหมดแล้วนำมาสร้างเป็นตารางความถี่ของอวัจนภาษาเพื่อหาผลการ
ใช้อวัจนภาษาของแต่ละพิธีกร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่ของการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร ท่านแรก อรณา กฤษณี

ตารางการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร		
ลักษณะอวัจนภาษา	จำนวน	ร้อยละ
การพยักหน้า	348	25.35
การใช้มือ	580	42.24
การเคลื่อนไหวร่างกาย	445	32.41
รวม	1,373	100

ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่ของการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร ท่านที่สอง อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต

ตารางการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร		
ลักษณะอวัจนภาษา	จำนวน	ร้อยละ
การพยักหน้า	427	28.66
การใช้มือ	639	42.88
การเคลื่อนไหวร่างกาย	424	28.46
รวม	1,490	100

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่ของการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร ท่านสุดท้าย พัชรศรี เบญจมาศ

ตารางการใช้อวัจนภาษาของพิธีกร		
ลักษณะอวัจนภาษา	จำนวน	ร้อยละ
การพยักหน้า	374	25.08
การใช้มือ	626	41.99
การเคลื่อนไหวร่างกาย	491	32.93
รวม	1,491	100

หมายเหตุ : จากตารางแสดงความถี่ของพิธีกรแต่ละท่านนับเฉพาะอวัจนภาษาที่ใช้มากที่สุด
เป็นลักษณะเด่นของพิธีกรทั้ง 3 ท่านได้แก่ การพยักหน้า การใช้มือ การเคลื่อนไหวของร่างกาย
จากตารางแสดงผลการใช้อวัจนภาษาทั้ง 13 เทป พบว่า

พิธีกรที่ใช้อวัจนภาษามากที่สุดในการพยักหน้า ร้อยละ 28.66 คือ อารยา อัลเบอร์ต้า
ฮาร์เก็ต รองถัดมา ร้อยละ 25.35 คือ อรณา กฤษณี และร้อยละ 25.08 คือพัชรศรี เบญจมาศ

พิธีกรที่ใช้อวัจนภาษาในการใช้มือ พิธีกรที่ใช้มากที่สุด ร้อยละ 42.88 คือ อารยา อัลเบอร์
ต้า ฮาร์เก็ต รองถัดมา ร้อยละ 42.24 คือ อรณา กฤษณี และร้อยละ 41.99 คือ พัชรศรี
เบญจมาศ

พิธีกรที่ใช้อวัจนภาษาในการเคลื่อนไหวร่างกาย พิธีกรที่ใช้มากที่สุด ร้อยละ 32.93 คือ พัชรศรี เบญจมาศ รองถัดมา ร้อยละ 32.41 คือ อรณา กฤษฎี และร้อยละ 28.46 คือ อารยา อัลเบอร์ต้า ฮาร์เก็ต

บทสรุป

สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์ การใช้ภาษา ของพิธีกร

จากการศึกษาการใช้ภาษาของพิธีกรส่วนใหญ่ใช้เหมาะสมกับหน้าที่ของคำ ตามความหมายลักษณะของคำ พิธีกรมักใช้คำยืมจากต่างประเทศบ่อย ในส่วนที่เป็นตำแหน่งของคำ พิธีกรมักจะไม่เน้นตำแหน่งของคำเท่าไรนัก เนื่องจากการสนทนาภาษาแบบกันเอง ในบางโอกาสพิธีกรจะเลือกใช้คำที่มีความหมายแฝง

ภาษาที่พบมากที่สุดในการใช้สนทนาที่เป็นกันเองนั้น ได้แก่ เหนอ... นี่ไง... อ้วยตาย!! เออนั้นนะสิ ไข่มะเนอะแซบ อ้อย อ่า นะห๊ะ อือ อ้อ เป็นต้น ซึ่งคำพูดเหล่านี้ เป็นจุดเด่นที่สำคัญทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ตามพิธีกร ส่วนศัพท์เทคนิคนั้นใช้เป็นบางกรณี เช่น ถ้ามถึงการวางตัวในบทละคร จะใช้ศัพท์ คำว่า คาแรคเตอร์ (Character) คือ บทบาทในตัวละคร แอ็คติ้ง (Acting) คือ การแสดง เวอร์ชัน (Version) คือ คำบอกเล่า เรตติ้ง (Rating) คือ ความนิยม เป็นต้น นอกจากการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาแล้วสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตทุกเทป คือ การแต่งกายและการปรากฏตัวของพิธีกรในแต่ละครั้งมีความโดดเด่น ทั้งเสื้อผ้า การแต่งหน้า และการทำผมของพิธีกรทั้ง 3 ท่าน ในแต่ละสัปดาห์นั้น เสื้อผ้าจะมีความโดดเด่นอลังการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของการนำเสนอความน่าสนใจที่ไม่เหมือนรายการใด และที่สำคัญนำพิธีกรที่มีความแซบในแต่ละคนมารวมตัวกันไว้ในรายการเดียว และยังเป็นรายการที่นำเสนอความสนุกในทุกรูปแบบกับรายการที่ทำให้ผู้ชมทุกท่านอารมณ์ดี ยิ้มหัวเราะ กันอย่างสนุกสนานว่าไรต์เรื่องไหนที่สนุก โหด มันส์ ฮา จะรวบรวมมาไว้ที่นี้หมดทุกรายการ จึงทำให้รายการนี้มีผู้อยากติดตามและอยากดูไปเรื่อย ๆ คำที่เป็นจุดเด่นของรายการหรือคำโปรย คือ 3 แซบ ว่าไรต์ทอล์คโชว์ แซบที่สุดใน 3 โลก เป็นคำที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการ

ดังนั้น รายการ 3 แซบ ว่าไรต์ทอล์คโชว์จึงเป็นรายการที่มีความนิยมอยู่ในขณะนี้ การสัมภาษณ์ดารารับเชิญที่เป็นกันเองแฝงไปด้วยสาระความสำคัญมากมายจะรวบรวมไว้ที่รายการนี้ รายการเดียว กระแสดของดารานักแสดงคนไหนที่กำลังเป็นที่นิยมแน่นอนว่ารายการนี้จะนำเสนอให้ผู้ชมให้ครบทุกอรรถรสเช่นเดียวกัน

บรรณานุกรม

- กมล การกุศล. 2527. **การพูดเพื่อประสิทธิผล** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิมพ์เกษมศ.
กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. 2550 **การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา: รูปแบบและการใช้**.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ฉัตรวรรณ ตันนะรัตน์. 2544. **การพูดในชีวิตประจำวัน** (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
_____. (2540). **การพูดสำหรับผู้ฟัง** (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
_____. (2539). **การพูดเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
_____. (2535). **วาทศาสตร์เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ** (พิมพ์ครั้งที่ 12) กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ชฎานนท์ วัฒนะกิจวงศ์. (2547). **การเปรียบเทียบกลวิธีการนำเสนอและภาษาในโปสเตอร์
ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด**. มหาวิทยาลัยหอการค้า.
ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2547). **รูปแบบรายการโทรทัศน์**.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ทองขาว พ่วงรอดพันธุ์. (2537). **วาทการ: ศิลปะและหลักการพูดในที่ชุมชน**. (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา.
ธัญญา สังขพันธานนท์ และคณะ. **ศิลปะการแสดงออกทางภาษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
ปรมะ สตะเวทิน. (2538). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ลักษณ์.
พรช บัวเพียร. (2536). **วาทวิทยา: กลยุทธ์การพูดอย่างมีประสิทธิภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพมหานคร: บีเจ เพลตโปรเซสเซอร์,
พันทิพา สังข์เจริญ. (2548). **สื่อมวลชนสัมพันธ์**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). **สื่อมวลชนเบื้องต้น**. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สมिता บุญวาต. (2536). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. สถาบันราชภัฏธนบุรี.
สวนิต ยมาภัย และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. **หลักการพูด : หน้าที่ชุมชนสื่อมวลชน และในองค์กร**
(พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สุวรรณา สถาอานันท์ และ เนื่องน้อย บุญยเนตร. (2535). **คำ: ร่องรอยความคิดความ เชื่อไทย**.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2550). **การพูดเพื่อธุรกิจและกิจธุระ** (พิมพ์ครั้งที่ 7). จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
อรุณีประภา หอมเศรษฐี. (2535). **การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
อวยพร พาณิช และคณะ. (2543). **ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร**.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
Austin, J.L. (1962). **How to Do Things with Words**. Oxford: Oxford University Press.
Brown, P. and Levinson, S. (1987). **Politeness: Some Universals in Language Usage**.

Cambridge: Cambridge University Press.

Goffman, E. On-face-work: an analysis of ritual elements in social interaction.

Psychiatry 18,1955

Grice, H.P. (1975).Logic and Conversation. In Cole, P. and Morgan, J. (eds.) **Syntax and Semantics 3: Speech Act**. New York Academic Press.

Leech, G. (1983). **Principle of Pragmatics**. New York: Longman.

Searle, J. (1975). Indirect speech acts. In **Syntax and Semantics 3**. Edited by Cole, Cole, P. and Morgan, J., 59-82. New York: Academic Press.

3 แซ่บ วไรตี้ทอล์คโชว์ (2557). (Online). .สืบค้นจาก

<http://www.youtube.com/watch?v=axgLi4HbJsl> (วันที่ 1 มกราคม 2557)

(วันที่ 8 มกราคม 2557) (วันที่ 15 มกราคม 2557) (วันที่ 22 มกราคม 2557)

(วันที่ 29 มกราคม 2557) (วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2557) (วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2557)

(วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2557) (วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557) (วันที่ 5 มีนาคม 2557)

(วันที่ 12 มีนาคม 2557) (วันที่ 19 มีนาคม 2557) (วันที่ 26 มีนาคม 2557)

บทความปริทรรศน์

กลวิธีการใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจของนักการเมือง : กรณีศึกษา แกนนำฝ่าย
คณะกรรมการการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยอันสมบูรณ์โดยมี
พระมหากษัตริย์เป็นประมุข กับ (กปปส.) แกนนำฝ่ายแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้าน
เผด็จการแห่งชาติ (นปช.)

The Persuasive Strategies used by Politicians.

Case Study: Re-ordering the Committee within Thailand to be Perfectly
Democratic, Led by The King, in order to Resist Dictatorship.

อาจารย์ ดร.ธรรณปพร หงษ์ทอง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจของ ของแกนนำฝ่าย
คณะกรรมการการเปลี่ยนแปลงประเทศไทย ให้เป็นประชาธิปไตยอันสมบูรณ์โดยมีพระมหากษัตริย์
เป็นประมุข (กปปส.) และแกนนำฝ่ายแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.)
ผลการวิจัยเบื้องต้นพบว่า สถิติในด้านการใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจนั้นแกนนำกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมือง
ทั้งฝ่ายคณะกรรมการการเปลี่ยนแปลงประเทศไทย ให้เป็นประชาธิปไตยอันสมบูรณ์โดยมี
พระมหากษัตริย์เป็นประมุข (กปปส.) ได้ผลิตสร้างวาทกรรมที่มีชื่อว่า “มวลมหาประชาชน” มากที่สุด
ถึงร้อยละ 22.4 และวาทกรรมที่ผลิตสร้างน้อยที่สุดคือ “วันเผด็จศึก” ร้อยละ 6.80 และวาทกรรม
ของแกนนำฝ่ายแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) นั้นผลการวิจัยพบว่าวาท
กรรมที่ผลิตสร้างมากที่สุดคือ “มวลมหาประชาชน” มากถึงร้อยละ 3.99 และวาทกรรมที่ผลิตสร้าง
น้อยที่สุดคือ “นโยบายทุกด้านให้ดูที่เจตนา ไม่ให้ดูที่ตัวบทกฎหมาย” ร้อยละ 1.75 ซึ่งการผลิตสร้าง
คำศัพท์ขึ้นมาใช้นั้นเป็นกลวิธีการใช้วาทกรรมเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง ให้ตระหนักและรู้สึกถึงความเป็
นกลุ่มเดียวกัน มีจุดยึดเหนี่ยวร่วมกัน

คำสำคัญ : กลวิธี/ วาทกรรม/ โน้มน้าวใจ/ นักการเมือง/ (กปปส.) และ (นปช.)

¹ บรรณาธิการวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา และ ประธานสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Abstract

This research aims to study discourse strategies and persuasive vocabulary used by politicians within the ‘Thai Committee of Change’, with the goal of a democratically elected government, led by The King, in order to resist a dictatorship.

Fundamental research and statistics used to persuade the ‘Thai Committee of Change’ shows a great mass of people, 22.4%, in support, with 6.8% in support of Democracy against Dictatorship. (UDD)

This research shows that the discourse created 3.99% in favour of “Mass of Great Nation” with the policy “Look at the Intentions, Not the Person” at 1.75%

This shows that the production of this vocabulary is a strategy used by politicians to persuade the audience of the common ideals that they share.

Keywords: Strategies/ Discourse/ Persuasive/ Politician

บทนำ

วาทกรรมกับการเมืองที่ว่าด้วยเรื่องประชาธิปไตยของไทยนั้น เป็นวาทกรรมที่ถือได้ว่าเป็นการเผชิญหน้า ต่อสู้ ช่วงชิงความเป็นวาทกรรมหลักในสังคมไทย ในแต่ละยุคแต่ละสมัยมาอย่างยาวนาน เหตุใดจึงถือได้ว่าเป็นการช่วงชิงพื้นที่ทางความคิด การสร้างการครอบงำทางความคิด (Hegemony) ดังกล่าว ก็เพราะว่า แนวทางการให้ความหมายแก่วาทกรรมทางการเมือง (political discourse) ในสังคมไทยนั้นมีแนวคิดที่ปรากฏเป็นกระแสอยู่ 2 กระแสด้วยกันคือ สำนักประเพณีและสำนักตะวันตก ทั้งสองแนวคิดได้ให้ความสำคัญ และสนใจในกิจกรรมของการสื่อสารความหมายทางภาษา การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและกลไกในการควบคุมระบบการสื่อความหมายดังกล่าว ซึ่งทั้งสองกลุ่มนั้นมีความคิดที่ตรงข้ามกัน และทั้งสองแนวคิดก็ได้พยายามต่อสู้ ช่วงชิง เพื่อให้วาทกรรมเกี่ยวกับการเมือง และประชาธิปไตยของตนเป็นที่ยอมรับในสังคม เพื่อให้วาทกรรมตามแนวคิดของตนมีอำนาจในสังคม และได้รับการพัฒนาเป็นสถาบันต่อไป และเหตุใดทั้งสองกระแสดังกล่าวจึงพยายามผลักดันให้วาทกรรมทางการเมืองของตนมีอำนาจทางความคิด และมีความเป็นสถาบันทางสังคม เราอาจกล่าวได้ว่าที่กระแสทั้งสองกระแสนี้ต้องการอย่างนั้นก็เพราะ เมื่อวาทกรรมทางการเมืองในกระแสของตนมีความเป็นสถาบัน จะทำให้การพูด การเขียน การกล่าวถึงประชาธิปไตย การปฏิบัติการทางการเมือง ต่างๆ ดำเนินไปได้อย่างมีความสมเหตุสมผลและน่าเชื่อถือ ซึ่งตัวอย่างต่อประเด็นดังกล่าวที่เห็นภาพได้อย่างเป็นรูปธรรมได้แก่ สมัยการปกครองช่วงปีพุทธศักราช 2416 – 2500 เริ่มต้นโดยการรัฐประหารยึดอำนาจจาก จอมพล ป. พิบูลสงคราม ของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์แล้วอธิบายระบอบการปกครองของตนว่าเป็นประชาธิปไตยแบบไทยๆ และ

เป็นการยุติความล้มเหลวที่เกิดจากการนำประชาธิปไตยแบบตะวันตกเข้ามาใช้ในสังคมไทย นี่ก็เป็นตัวอย่างหนึ่งของการต่อสู้ช่วงชิง และพยายามสร้างความเป็นสถาบันให้แก่วาทกรรมของตน เพื่อต้องการการยอมรับจากสังคม ซึ่งจากตัวอย่างดังกล่าวนี้ ทำให้จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ สามารถใช้อำนาจในด้านต่างๆ ได้อย่างมหาศาลผ่านสิ่งที่รองรับอยู่ก็คือ วาทกรรมประชาธิปไตยแบบไทยๆ ที่เป็นระบบพอขุ่นอุปถัมภ์นั่นเอง การที่จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ สามารถใช้อำนาจต่าง ๆ ได้อย่างแผดเจี๊ยง และมหาศาลนั้น เปรียบได้กับการที่สามารถพูดถึง เขียนถึง เกี่ยวกับความหมายต่างๆ ต่อวาทกรรมดังกล่าวได้อย่างน่าเชื่อถือ และมีเหตุ มีผล ที่สำคัญคือสามารถเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมนั่นเอง ดังนั้นการนิยามประชาธิปไตย การสร้างความเป็นสถาบันให้แก่วาทกรรมนั้นไม่สามารถกำเนิดขึ้นได้โดยการขาดการอธิบายที่ต่อเนื่องในกระบวนการทางประวัติศาสตร์ อุดมการณ์ทางการเมือง ความต้องการที่แตกต่างกัน ทำให้การนิยาม อธิบายสิ่งต่างๆ ในประเด็นต่างๆ มีความแตกต่างกันอยู่นั่นเอง

ประเทศไทยมีเหตุ

การณ์ที่อันสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับประเด็นทาง “การเมือง” มาหลายยุคหลายสมัย โดยกระแสอันเป็นภาพรวมที่เห็นเด่นชัดคือ กระแสในการต่อต้าน คัดค้าน ไม่ยอมรับกระบวนการทำงานของรัฐบาล จนนำไปสู่ความ “ขัดแย้ง” และความ “ไม่ลงรอย” กันอย่างหลากหลายแง่มุมทั้งในด้านความคิดเห็น อุดมการณ์ของแต่ละฝ่ายอยู่เสมอ การเมืองในรูปแบบเช่นนี้มักสร้างแรง “สั่นสะเทือน” ต่อสังคมเป็นวงกว้างก่อให้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์ ถกเถียง พุดคุยแลกเปลี่ยนทรรศนะทางความคิดกันอย่างเข้มข้น เหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลเป็นไปในทางส่อทุจริต ไมโปรงใส ไม่เที่ยงธรรม จนนำไปสู่สถานะของการหมดความชอบธรรมในการบริหารบ้านเมืองตามทรรศนะของมวลชนที่มีความคิดเห็นที่ต่อต้านการทำงานของรัฐบาลมาหลายยุคหลายสมัยอย่างไม่มีที่สิ้นสุด แม้ในปัจจุบันนี้กระแสทางการเมืองก็มีความผันผวนและเป็นไปในลักษณะของความขัดแย้งปรากฏชัดให้เห็นเป็นเนืองนิตย์ (กองบรรณาธิการ ฝ่ายการเมืองกปส., 2556: 391)

เนื้อหา

1. นโยบายของพรรคการเมือง

ปี พ.ศ. 2556 – 2557 นับตั้งแต่ประเทศไทยได้นายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของไทย คือ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร มาเป็นนายกรัฐมนตรีที่มาจากทางเลือกตั้ง เป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทย และได้รับพระบรมราชโองการแต่งตั้งเป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 28 ในวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2554 นับแต่นั้นมา นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ก็มีบทบาททางการเมืองในการบริหารประเทศอย่างเต็มรูปแบบ รอบด้าน อีกทั้งผลงานต่างๆ ในช่วงที่เป็นนายกรัฐมนตรี อาทิ การปราบปรามยาเสพติด กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จังหวัดละ 100 ล้านบาท โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค โครงการแจก

แท็บเล็ตเด็กประถมศึกษาปีที่ 1 โครงการรถคันแรก โครงการบ้านหลังแรก การขึ้นเงินเดือนปริญญาตรี 15,000 บาท การขึ้นค่าแรง 300 บาท จนภายหลังได้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่ชอบธรรมในการบริหารประเทศของรัฐบาล และบางประเด็นมีเรื่องราวสืบเนื่องมาจากรัฐบาลสมัยพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร มาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา และเกิดการประชุมในสภาถึงความไม่ไว้วางใจรัฐบาลหลายครั้งหลายครา อาทิ การไม่ประพฤติ หรือการดำเนินงานที่ไม่บรรลุประสิทธิผลของรัฐบาลตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ การซื้อขายหุ้นชินคอร์ปที่สื่อไปในทางทุจริต การขายหุ้นเอสซีแอสเซต ทุจริตจำหน่ายข้าว กรณีโรงแรมไพรซ์ซีซั่นส์กรุงเทพฯ ฯ ตลอดจนการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีความผิดพลาดต่อหน้าสาธารณชนบ่อยครั้ง เป็นต้น (กองบรรณาธิการฝ่ายการเมือง, 2556: 396)

สืบเนื่องมาจากการกระทำของรัฐบาลที่นอกเหนือจากปัจจัยเหล่านั้นแล้ว การกระทำที่สำคัญที่ทำให้ประชาชนไม่พอใจเป็นอย่างมากคือ การจัดทำ “พระราชบัญญัตินิรโทษกรรม” ฉบับ “สุดซอย” “นิรโทษกรรมเหมาเข่ง” ให้แก่พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร และรัฐมนตรีเพื่อให้พ้นจากคดีอันเป็นโทษ และความผิดต่าง ๆ การผ่านร่าง พ.ร.บ. นิรโทษกรรม ตอนเวลา 4 นาฬิกา 24 นาทีของสภาผู้แทนราษฎร จึงเปรียบเสมือนฟางเส้นสุดท้ายที่ปลุกคนจำนวนมากผู้รักชาติ รักแผ่นดิน รักความถูกต้องออกมาเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนไม่เห็นด้วยเป็นวงกว้าง และต่อต้านอย่างถึงที่สุดโดยวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2556 พรรคประชาธิปัตย์ตั้งเวทีแสดงเจตนารมณ์คัดค้านกฎหมายนิรโทษกรรมที่บริเวณสถานีรถไฟสามเสน เกิดการเดินขบวนประท้วง เป่านกหวีดกันอย่างอุ่หน่าผาค้าง ในวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 โดยมีแกนนำคือนายสุเทพ เทือกสุบรรณ และสมาชิก ส.ส. ฝ่ายค้าน (พรรคประชาธิปัตย์) คือ นายถาวร เสนเนียม นายสาทิตย์ วงศ์หนองเตย นายอิสระ สมชัย นายวิทยา แก้วภราดัย นายชุมพล จุลใส นายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์ นายเอกนัฏ พร้อมพันธุ์ และนายณัฐพล ทีปสุวรรณ เหล่านี้ได้ลาออกจากการเป็น ส.ส. ฝ่ายค้านออกมาเป็น “เสรีชน” คนธรรมดา ออกมาจัดตั้งเป็นฝ่ายผู้คัดค้าน (กปปส.) และร่วมกันปลุกกระดมการเดินประท้วง เป่านกหวีด ตลอดจนการจัดการชุมนุมในพื้นที่ต่าง ๆ กอปรกับประชาชนที่เข้าร่วมชุมนุมเพื่อแสดงจุดยืนร่วมกัน จนกลายเป็นที่มาของวาทกรรมยอดฮิตที่ว่า “มวลมหาประชาชน” และ “เสรีชน” ในที่สุด จวบจนมาถึงการนัดหมายชุมนุมใหญ่ปิดกรุงเทพมหานครในวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2556 เป็นผลให้นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตรนายกรัฐมนตรี ประกาศ “ยุบสภา” คินอำนาจให้แก่ประชาชนคงเหลือไว้แต่นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีรักษาการ อันจะเป็นด่านที่สำคัญที่จะนำไปสู่การเลือกตั้ง “สภาประชาชน” และ “รัฐบาลประชาชน” เพื่อปฏิรูปประเทศ แต่ในด่านนี้ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ประกาศอย่างชัดเจนว่าถึงอย่างไรก็ไม่ลาออก รวมทั้งเรียกร้องให้ทุกภาคส่วนเข้าสู่การเลือกตั้ง 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ด้วยเหตุนี้ นายสุเทพ เทือกสุบรรณ เลขาธิการกลุ่ม กปปส. จึงตัดสินใจชุมนุมใหญ่ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2557 เป็นการปิดกรุงเทพมหานครครึ่งวัน โดยเชิญชวนประชาชนทุกชนชั้นอาชีพ ทุกสถานะในเขตราชดำเนิน แยกอรุพงษ์ ถนนเพชรบุรี อนุสาวรีย์ชัย ให้ชุมนุมเป็นเส้นทางยาวมาตามถนนพญาไท จนถึงแยกปทุมวันอย่างเนืองแน่น โดยกลุ่มผู้ชุมนุมได้เป่านกหวีด และใช้อุปกรณ์มือตบ แสดงการขับไล่รัฐบาลพร้อมกันด้วย (แทนคุณ, 2556: 133)

2. การแสดงออกทางการเมือง

การแสดงการเรียกร้องความชอบธรรมทางการเมืองทวีคูณขึ้นเรื่อย ๆ รวมไปถึงการยึดพื้นที่สถานที่ราชการ และการสูญเสียชีวิตจากการชุมนุม ต่อมาภายหลังนั้นได้มีการชุมนุมอย่างต่อเนื่อง โดยหลักนั้นจะเป็นการชุมนุมที่เวทีราชดำเนินเป็นส่วนใหญ่ มีกลุ่มแกนนำ กปปส. นักวิชาการ อาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นิสิต นักศึกษา ดารานักแสดง นักคิด นักเขียน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ฯลฯ สลับสับเปลี่ยนกันขึ้นเวทีปราศรัยบนเวทีราชดำเนินในแต่ละค่ำคืนอย่างเข้มข้นเพื่อขับไล่ระบอบ “ทักษิณ” และนายกรัฐมนตรีนครราชสีมา นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตรอย่างหนักหน่วง โดยมีแกนนำอันเป็นแนวหน้าสำคัญ อาทิ นายสุเทพ เทือกสุบรรณ ดร.เสรี วงศ์มณฑา จิตรกร บุชบา จิตภัทร์ ภิรมย์ภักดี สาทิตย์ วงศ์หนองเตย ฯลฯ ขึ้นปราศรัยโจมตีรัฐบาลด้วยวิวาทะอันดุเดือด จนเกิดวาทกรรมแปลก ๆ มากมาย ตลอดจนได้มีการใช้เพลงปลุกกระดมหลัก 3 เพลงคือ “สู้ไม่ถอย” “ตื่นเถิดไทย” และ “มาร์ชประชาชนเดิน” สืบเนื่องเรื่อยมาจนกระทั่งถึงวันที่ 5 และวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2556 กลุ่มผู้ชุมนุม หรือมวลชนหาประชาชนโดยมีแกนนำหลักคือนายสุเทพ เทือกสุบรรณ เลขาธิการ กปปส. ได้มีการเดินขบวน “เรียกแขก” ในฝั่งกรุงเทพมหานคร และฝั่งธนบุรี อย่างเนืองแน่น เพื่อเป็นการยืนยันเน้นย้ำ และเชิญชวนให้ร่วมกัน “ปิดกรุงเทพมหานคร” ในวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2557 อันเป็นการยกระดับการชุมนุมขับไล่รัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และระบอบทักษิณ โดยจัดเวทีปราศรัยตามสี่แยกต่าง ๆ ทั้ง 7 จุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อันได้แก่ แจ้งวัฒนะ ห้าแยกลาดพร้าว อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ แยกปทุมวัน สวนลุมพินี เวทีอโศก และแยกราชประสงค์ และมีแนวโน้มที่จะชุมนุมกันอย่างต่อเนื่อง (บัณฑิต, 2557: 28 – 40)

สืบเนื่องเรื่อยมาจนถึงปรากฏการณ์ชานาไทยที่ได้รับความเดือดร้อนจากการ “ซัดดาบ” ไม่ชำระเงินค่าจำนำข้าวจากรัฐบาลยิ่งลักษณ์เป็นเวลา 5 เดือนมีแต่ใบประทวนที่ขึ้นเงินไม่ได้ บ้างก็ท้อใจผูกคอตาย บางรายก็ถูกเจ้าหนี้รุมทวงเงิน บ้างก็มีความอดอยาก ไม่มีเงินใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ชานาจากต่างจังหวัดก็ได้จึงเริ่มออกมาประท้วง ทวงเงินตามสิทธิที่ชานาควรจะได้รับ

โครงการรับจำนำข้าว นับเป็นความล้มเหลวของรัฐบาลที่สร้างความเสียหายอย่างใหญ่หลวงให้แก่ประเทศไทย เช่น ตลาดซื้อขายข้าวปั่นป่วนจนล่มสลายเพราะไม่มีผู้ค้าข้าวรายใดซื้อข้าวแข่งกับรัฐบาลได้ รัฐบาลยังหลอกลวงว่าเป็นการ “รับจำนำข้าว” เพื่อเลี่ยงการทำผิดรัฐธรรมนูญที่ห้ามรัฐทำการซื้อขายสินค้าแข่งกับตลาด เมื่อซื้อแพงกว่าราคาตลาด ก็ไม่มีตลาดระบายออก ทำให้ไม่มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนจึงติดหนี้ชานา และไม่ยอมหยุดดำเนินการรับจำนำอีกทั้งรัฐบาลนั้นไม่เคยเปิดเผยบัญชีให้ตรวจสอบ ไม่เคยเปิดโกดังข้าวให้ตรวจสอบ ไม่แม้แต่จะให้ดูสัญญาการค้าข้าวแบบ “รัฐต่อรัฐ” จนท้ายที่สุด คณะป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) แจ้งข้อกล่าวหาว่ามีการค้าแบบ “รัฐต่อรัฐ” ที่ไม่เป็นความจริง และแจ้งข้อกล่าวหา นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ว่าไม่ระงับยับยั้งโครงการทั้ง ๆ ที่มีหลายฝ่ายเตือน จนประเทศชาติได้รับความเสียหาย ซึ่งในขณะที่ชานาก็ฆ่าตัวตายไป 11 ราย และชานาจำนวนมากก็ยังชุมนุมประท้วง นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ก็ไม่เคย

ไปพบขาวนา แต่ออกทางสื่อโทรทัศน์ระบุว่า โครงการนี้ประสบความสำเร็จและบรรลุผล (จิตรกร, 2557: 69)

จนกระทั่งภายหลังนายสุเทพ เพื่อกสุบรรณ ประกาศให้เปลี่ยนสถานที่ชุมนุมโดยการยุบเวทีในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อความสะดวกในการจราจร และการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร จึงเปลี่ยนสถานที่ชุมนุมเป็นเวทีสวนลุมพินี กรุงเทพมหานคร โดยตั้งอุดมการณ์ว่าจะเป็นการต่อสู้ครั้งสุดท้ายในแบบ “เผด็จศึก” จนกว่าจะได้รับชัยชนะ

กลวิธีการใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจของนักการเมือง

“วาทกรรมการเมือง” (Political Discourse) ตามความหมายแคบคือ วาทกรรมของนักการเมือง ส่วนตามความหมายแบบกว้าง หมายถึง วาทกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง ผู้ผลิตวาทกรรมจะเป็นนักการเมือง สื่อ หรือคนกลุ่มใดก็ได้ ความหมายกว้างนี้ครอบคลุมข้อมูลหลายกลุ่ม เมื่อกล่าวถึงอำนาจ คนกลุ่มแรกๆ ที่เราจะนึกถึงก็คือนักการเมือง ในสังคมประชาธิปไตยปัจจุบัน อำนาจมักมิได้มาจากการใช้กำลังบังคับ แต่มาจากความยินยอมพร้อมใจของคนในสังคม นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์กล่าวว่า นักการเมืองใช้ภาษา (วาทกรรม) ในการสร้างความยินยอมพร้อมใจ และความชอบธรรมให้แก่อำนาจของตน (ณัฐพร, 2556: 134)

สืบเนื่องเรื่อยมาจนถึงวันอังคารที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ศาลรัฐธรรมนูญมีกำหนดในการไต่สวนนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีรักษาการในขณะนั้น และคณะรัฐมนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโยกย้ายนายถวิล เปลี่ยนศรี โดยมีชอบ และขัดต่อกฎหมายบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ ศาลได้ไต่สวน และอ่านคำวินิจฉัย ผลการตัดสินของศาลรัฐธรรมนูญคือการออกเสียงลงมติระหว่างกัน ซึ่งผลที่ได้นั้นปรากฏคะแนนเสียง 9 ต่อ 0 เห็นว่านางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีรักษาการในขณะนั้น และคณะรัฐมนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโยกย้ายตามกฎหมายจึงวินิจฉัยให้นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร พันสภาพการเป็นนายกรัฐมนตรีรักษาการ รวมทั้งคณะรัฐมนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด

จนกระทั่งวันพุธที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 องค์กรป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.) ได้มีกำหนดการอ่านคำแถลงการณ์เกี่ยวกับการพิจารณาคดีโครงการจำนำข้าวของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีรักษาการในขณะนั้น และคณะรัฐมนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโยกย้ายด้วยนั้น ผลจากการอ่านคำแถลงการณ์ปรากฏว่ามีการลงมติเป็นเอกฉันท์ 7 ต่อ 0 ว่าโครงการจำนำข้าวที่มีการทุจริตจริงจึงวินิจฉัยให้นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร พันสภาพการเป็นนายกรัฐมนตรีรักษาการ รวมทั้งคณะรัฐมนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของคดีโครงการจำนำข้าวอีกด้วย

มีบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมืองได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจยิ่ง ดังเช่นในบทความเรื่อง “Discourse and Politics” (Chiton and Schaffner, 1997: 206 – 30) สรุปให้เห็นว่าการศึกษาวาทกรรมการเมืองของนักภาษาศาสตร์มีหลายแนวทางของฝรั่งเศส (French Approaches) มีการศึกษาความถี่การปรากฏของคำศัพท์และการ

ตีความอุดมการณ์ทางการเมืองที่สะท้อนจากการใช้คำศัพท์เหล่านั้นเรียกว่า Political Lexicometry นอกจากนี้ยังมีงานที่ใช้แนวคิดของอัลตุสแซร์ (Althusser, 1970) และฟูโกต์ (Foucault, 1971) ผสมกับการวิเคราะห์ภาษาในตัวบทโดยใช้แนวคิดวิจนปฏิบัติศาสตร์เป็นหลัก แนวทางของเยอรมัน (German Approaches) มีทั้งงานที่เน้นการวิเคราะห์ระดับคำศัพท์และงานที่วิเคราะห์ภาษาระดับอื่น ๆ โดยใช้แนวคิดวิจนปฏิบัติศาสตร์ สนทนาวิเคราะห์ ภาษาศาสตร์ปริชาน ฯลฯ ประเด็นที่ศึกษาจะเกี่ยวข้องกับการเมืองของเยอรมัน เช่น ภาษาของฟาสซิสต์ การรวมกันของเยอรมันทั้งสอง ฯลฯ และท้ายสุด แนวทางของหลายประเทศ ได้แก่ อังกฤษ ออสเตรเลีย อเมริกา เนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม (Anglophone Approaches) กลุ่มนี้ใช้แนวคิดหลากหลายทั้งไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ของอัลลิเดย์ วิจนปฏิบัติศาสตร์ สนทนาวิเคราะห์ ภาษาศาสตร์ปริชาน รวมถึงแนวทางที่พัฒนาโดยฟาน ไค้ ในอเมริกา มีผู้นำแนวคิดเรื่องมโนอุปลักษณ์ที่เสนอโดยเลคอฟมาวิเคราะห์วาทกรรมของนักการเมือง ทำให้ได้แง่มุมที่น่าสนใจอีกด้านหนึ่ง (Foucault, 1971: 7 – 30 อ้างถึงในณัฐพร, 2556: 134 – 135)

1. วาทกรรมเชิงวิพากษ์ของนักการเมือง

วาทกรรมของนักการเมืองที่นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ศึกษามีหลายประเภท เช่น สุนทรพจน์ คำปราศรัยหาเสียง แถลงการณ์นโยบาย คำให้สัมภาษณ์ คำอภิปรายในสภา ฯลฯ ส่วนประเด็นวิจัยหลักก็คือ วาทกรรมกับการสร้างความชอบธรรมให้แก่ตนเองหรือนักการเมืองของตน การทำลายความชอบธรรมของฝ่ายตรงข้าม การนำเสนออุดมการณ์ ภาพแทนบางอย่าง หรือการสร้างมายาคติของนักการเมือง (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 135)

การศึกษาวาทกรรมของนักการเมืองไทยมี 2 เรื่องที่ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์อย่างน่าสนใจ ดังนี้

งานวิจัยเรื่อง *Discourse on poverty in Thai politics : a case of PM Thaksin's talk* ของ NipaGeerapatr (2007) ศึกษาวาทกรรมความจนของทักษิณ ชินวัตร และกลวิธีใช้สร้างความหมายในวาทกรรมดังกล่าว ข้อมูลที่ศึกษามาจากรายการวิทยุหลาย ๆ ทักษิณคุยกับประชาชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2548 ผู้วิจัยใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ และแนวทางปริชานสังคมของ ฟาน ไค้ เป็นหลักในการวิเคราะห์

งานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลวิธีที่ใช้ในวาทกรรมมีหลากหลายทั้งกลวิธีทางการเมือง กลวิธีทางตลาด และกลวิธีทางภาษา (ผู้วิจัยพิจารณาการเลือกใช้คำศัพท์เป็นสำคัญ) กลวิธีเหล่านี้ถูกใช้เพื่อกำหนดนิยามของ “ความจน” ใหม่ กล่าวคือ คนจนถูกทำให้รับรู้ว่าเป็นผู้ขาดโอกาส แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องรอคอยบุญวาสนาเพื่อเปลี่ยนชีวิตของตน เพราะผู้พูดจะให้โอกาสคนเหล่านี้ได้มีชีวิตที่ดีขึ้น ผู้พูดนำเสนอว่า ตนเป็นผู้ปลดปล่อยคนเหล่านี้จากความยากจน เป็นผู้ปกป้องและอุทิศตนให้แก่คนกลุ่มนี้

นอกจากงานวิจัยข้างต้นที่พิจารณากลวิธีหลายระดับแล้ว ยังมีงานศึกษาวาทกรรมของนักการเมืองไทยโดยพิจารณาเฉพาะ “อุปลักษณ์” เช่นเดียวกับงานของชาร์เตอร์ริส – แบล็ค รัชนิย์ญากลิ่นน้ำหอม (2551) ศึกษาโนอุปลักษณ์ที่นักการเมืองไทยใช้ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2549 จากข้อมูลหลากหลาย ได้แก่ คำให้สัมภาษณ์ของนักการเมือง คำปราศรัยหาเสียง คำอภิปรายในสภาและรายการนายกทักษิณคุยกับประชาชน แม้งานวิจัยเรื่องนี้จะไม่ใช่งานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์โดยตรง แต่มีหัวข้อหนึ่งที่เป็นการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวทางของชาร์เตอร์ริส – แบล็ค กล่าวคือ ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลทางอุดมการณ์ที่เกิดจากการเลือกใช้โนอุปลักษณ์ของนักการเมือง ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า นักการเมืองใช้โนอุปลักษณ์ [การเมือง คือ การต่อสู้] [การเมือง คือ การเดินทาง] [การเมือง คือ การรักษาโรค] และ [การเมือง คือ การทำนุบำรุง] เพื่อนำเสนอบทบาทของนักการเมืองในฐานะนักรบ นักขับเคลื่อนควบคุมยานพาหนะและนำทาง แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ดูแลซ่อมบำรุง ในขณะเดียวกัน ประชาชนก็ถูกนำเสนอว่าเป็นผู้ที่ต้องการการปกป้อง ดูแล รักษา และเป็นผู้ตาม

แสดงให้เห็นว่า นักการเมืองใช้กลวิธีทางภาษาในตัวตนเพื่อสื่อความคิดที่เป็นประโยชน์แก่ฝ่ายตนหรือสร้างความชอบธรรมให้แก่ตนเอง งานวิจัยบางเรื่องพิจารณากลวิธีทางภาษาหลายระดับ ทั้งการเลือกใช้คำศัพท์ วจนกรรม โครงสร้างประโยค ฯลฯ แต่บางเรื่องวิเคราะห์เฉพาะอุปลักษณ์ เนื่องจากเป็นกลวิธีเด่นในการสื่อความคิดและเปลี่ยนมุมมอง และนอกจากนี้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ “วาทกรรม” ที่ผูกซ่อนอยู่ในคำปราศรัยของแกนนำกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองแล้วนั้น ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือการใช้ภาษาในการบริภาษของแกนนำกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองก็มีพันธกิจสำคัญต่อการสื่อสารปรากฏการณ์ทางการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงมิได้อีกด้วย

2. วาทกรรมการบริภาษของนักการเมือง

การบริภาษเป็นปรากฏการณ์ทางภาษาที่พบในทุกกลุ่มสังคม แม้กระทั่งกลุ่มนักการเมือง ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการอาชญากรรมที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นอาชญากรรมที่มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าคนโดยทั่วไป และเป็นอาชญากรรมที่มีเกียรติ แต่กลับพบว่านักการเมืองใช้การบริภาษในการโต้ตอบนักการเมืองฝ่ายตรงข้ามผ่านสื่อมวลชนมาโดยตลอด และพบว่านักการเมืองถูกฝ่ายตรงข้ามกล่าวหา ก็จะบริภาษกลับเพื่อให้อีกฝ่ายได้รับความเสื่อมเสียแทน (นิจจาภา วงศ์กระจ่าง, 2545: 97) ด้วยเหตุที่กล่าวหาทางการเมืองนั้นสามารถส่งผลกระทบต่อคะแนนนิยม และอนาคตทางการเมืองของนักการเมืองในระยะยาว (สมบัติ, 2549: 9)

แม้ว่าภาษาของนักการเมืองจะเป็นปรากฏการณ์ทางภาษาที่น่าสนใจ แต่ผู้วิจัยพบว่าในการวิจัยที่ผ่านมา มีผู้ศึกษาภาษาบริภาษจากบทสนทนาในนวนิยายและบทสนทนาในชีวิตประจำวันเท่านั้น ได้แก่ “วจนกรรมการบริภาษในภาษาไทย” ของวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2547) “กลวิธีทางภาษาที่ใช้โจมตีรัฐบาลทางอ้อมในปริเฉดการอภิปรายทั่วไปเพื่อลงมติไม่ไว้วางใจ” ของพรรณธร ครุฑเนตร (2547)

กลวิธีและหน้าที่ทางการสื่อสารด้วยการพูดประชดในการอภิปรายทางการเมืองไทย” ของวรรณุชกรทอง (2547)

และเป็นที่น่าสนใจว่าได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับภาษาบริภาษของนักการเมืองที่ได้ศึกษาไว้อย่างน่าสนใจคือเรื่อง “การศึกษาการใช้ภาษาบริภาษของนักการเมืองไทย” ของอรธวิทย์ รอดเจริญ (2552) ในงานวิจัยนี้เสนอผลการศึกษาค้นคว้าว่า โครงสร้างการบริภาษของนักการเมืองไทยมีส่วนประกอบ 3 ส่วนได้แก่ การเปิดเรื่องการบริภาษ การดำเนินเรื่องการบริภาษ และการปิดเรื่องการบริภาษ การเปิดเรื่องการบริภาษประกอบด้วย การเปิดเรื่อง 12 ชนิด พบการทำความมากที่สุด รองลงมาคือ การแสดงหัวเรื่อง การบริภาษ การดึงดูความน่าสนใจเท่ากับการยืนยัน การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การอ้างชื่อหรือตำแหน่งของผู้ถูกบริภาษ การเพิ่มความน่าเชื่อถือ การแสดงความประหลาดใจ การแสดงความรู้สึก การย้าญัติติ และการสร้างยกย่อง ตามลำดับ ในส่วนการดำเนินเรื่องการบริภาษประกอบด้วย การดำเนินเรื่อง 10 ชนิด พบการให้ข้อมูลทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือ การหักล้างข้อกล่าวหา การแนะนำ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถูกบริภาษ การอ้างหลักฐาน การให้ข้อมูลสนับสนุนผู้บริภาษ การบริภาษ การอ้างคำพูดของบุคคลอื่น การเล่าความ และการให้ภาพตรงกันข้าม ตามลำดับ ส่วนการปิดเรื่องการบริภาษประกอบด้วย การปิดเรื่อง 6 ชนิด พบการสรุปมากที่สุด รองลงมา คือ การเสนอแนะเชิงประชดประชัน การขอร้อง การเสนอแนะเชิงโน้มน้าว การแสดงความคิดเห็น และการขอบคุณ ตามลำดับ

ผลการศึกษาวิจัย

การใช้วาทกรรมโน้มน้าวใจนั้นแก่นนำกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองทั้งฝ่ายคณะกรรมการการเปลี่ยนแปลงประเทศไทย ให้เป็นประชาธิปไตยอันสมบูรณ์โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข (กปปส.) ได้ผลิตสร้างวาทกรรมที่มีชื่อว่า “มวลมหาประชาชน” มากที่สุดถึงร้อยละ 22.4 และวาทกรรมที่ผลิตสร้างน้อยที่สุดคือ “วันเผด็จศึก” ร้อยละ 6.80 และวาทกรรมของแก่นนำฝ่ายแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) นั้นผลการวิจัยพบว่าวาทกรรมที่ผลิตสร้างมากที่สุดคือ “มวลมหาประชาชน” มากถึงร้อยละ 3.99 เปอร์เซนต์ และวาทกรรมที่ผลิตสร้างน้อยที่สุดคือ “นโยบายทุกด้านให้ดูที่เจตนา ไม่ให้ดูที่ตัวบทกฎหมาย” ร้อยละ 1.75 ซึ่งการผลิตสร้างคำศัพท์ขึ้นมาใช้นั้นเป็นกลวิธีการใช้วาทกรรมเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง ให้ตระหนักและรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน มีจุดยึดเหนี่ยวร่วมกัน

นอกจากการพินิจ และศึกษา “วาทกรรม” และ “การบริภาษ” ของแก่นนำผู้ชุมนุมทางการเมืองแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าในอำนาจของ “วาทกรรม” และ “การบริภาษ” นั้นย่อมมีเจตนาแฝงเร้นและมุ่งนำเสนอเพื่อการโน้มน้าวใจให้คล้อยตาม เชื่อถือ หรือไม่คล้อยตาม ไม่เชื่อถือก็ได้ ดังนั้นในงานวิจัยเล่มนี้เมื่อศึกษาวิจัยในประเด็นหลักทั้ง 2 ประเด็นข้างต้นแล้วนั้น ในตอนท้ายผู้วิจัยจะได้นำผลจากการศึกษาวิเคราะห์ “วาทกรรม” และ “การบริภาษ” ของแก่นนำกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองทั้ง

ฝ่าย กปปส. และ นปช. นำมาวิเคราะห์ถึงการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เพื่อพินิจและนำเสนอจากการวิเคราะห์ว่าผู้ชุมนุมทางการเมืองฝ่ายใดมีกลวิธีในการโน้มน้าวใจมากที่สุด และน่าเชื่อถือมากที่สุดด้วย

5. บทสรุป

“การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ” หมายถึง วิธีการที่มนุษย์พยายามจะมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของบุคคลอื่นโดยวิธีการสื่อสารเท่านั้น (อรวรรณ, 2542: 1) และอิทธิพลที่มุ่งจะให้เหนือคนอื่น หมายถึง ต้องการให้ “คนอื่น” หรือ “ผู้รับสาร” เปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ (H.Simons, 1976) ส่วนการสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่งถ่ายทอดสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และบุคคลหลังมีปฏิกิริยาโต้ตอบ เป็นที่น่าสนใจว่าในกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองทั้งฝ่ายที่ยอมรับ และฝ่ายคัดค้านต่อต้านรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นั้นย่อมก่อให้เกิด “แกนนำ” อันเป็นผู้นำทางวาทะในการปลุกกระดมมวลชนให้มีใจลอยตาม และเห็นพ้องต้องกัน ประการหลักอันสำคัญคือ “การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ” ทั้งกลุ่มผู้ชุมนุมฟากฝั่ง “มวลมหาประชาชน” และ “กลุ่มผู้ชุมนุมฝ่ายรัฐบาล” ของผู้นำทางการเมืองนั้น มีประเด็นที่น่าสนใจฝังแฝงอยู่คือ “วาทกรรม” และ “การบริภาษ” เหล่านี้เป็นผลผลิตที่ผู้นำ แกนนำในกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมือง “ผลิต” ขึ้นมาเพื่อโจมตีอีกฝ่ายหนึ่งได้อย่างมีสุนทรียรส ดุเดือด แผลดกล้า ผ่าน “วาทกรรม” และ “การบริภาษ” อันคุกรุ่นและฝังแฝงอุดมการณ์ และความศรัทธาในตัวบุคคลอย่างปฏิเสธมิได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าท่ามกลางปรากฏการณ์วิหยาทางการเมืองอันมีอิทธิพลต่อสังคมประชาชนนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาผ่าน “วาทกรรม” ของผู้นำ หรือแกนนำในกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองนั้นย่อมมีสารประโยชน์สอดแทรกในตัวบทภาษาเหล่านี้อย่างอรรถประโยชน์ ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า “วาทกรรมการโน้มน้าวใจของนักการเมือง” นี้จะเป็นผลผลิตที่จะแสดง สะท้อนภาพกระแสสังคม ความคิด ความรู้ อำนาจ ความจริง และเอกลักษณ์อันหลอมรวม แนบแน่นจนกลายเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่จะนำไปเป็นแนวทางในการบูรณาการความรู้ในสังคมได้

บรรณานุกรม

กองบรรณาธิการฝ่ายการเมือง. ลี ก ล้าง ลับ 28 นายกรัฐมนตรีไทย สงครามหรือ การ

เปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร: บุ๊คส์ ทุ ยู, 2556.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.

แทนคุณ บุญสถิต. จอมคนแห่งสยาม 9 องค์กรพิทักษ์แผ่นดินต้านนิรโทษกรรมคนขายชาติ.

กรุงเทพมหานคร: Mini Power Politics, 2546.

- นิจจาภา วงศ์กระจ่าง. 2545. **กลวิธีการรักษาหน้าในการตอบคำถามของนักการเมืองไทย.**
วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
บัณฑิต จันทศรีคำ (บรรณาธิการ). **เนชั่นสุดสัปดาห์ ปีที่ 22, ฉบับที่ 1127 : 28 – 40.**
กรุงเทพมหานคร: เนชั่น, 2557.
- พรรณธร ครุฑเนตร. 2547. **กลวิธีทางภาษาที่ใช้โจมตีรัฐบาลทางอ้อมในการอภิปรายทั่วไป
เพื่อลงมติไม่ไว้วางใจ.** วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. 2554. **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชา
ภาษาไทยตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503 – 2544.** วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎี
บัณฑิต สาขาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณุช กรองทอง. 2547. **กลวิธีและหน้าที่การสื่อสารด้วยการพูดประชดในการอภิปรายทาง
การเมืองไทย.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมบัติ จันทรวงศ์. **พูดไปสองไพเบี้ย ทำความเข้าใจกับสิ่งที่นักการเมืองไทย (ไม่) พูด.**
กรุงเทพมหานคร: คบไฟ, 2549.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- อัศวิทย์ เรืองรอง. 2552. **การวิเคราะห์แนวพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศจากพระ
บรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช.** วิทยานิพนธ์ปริญญา
ครุศาสตรดุขฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Althusser, L. **Essays on Ideology.** London: verso, 1970.
- Chilton, P. and Schaffner, C. **Discourse and Politics.** In T.A. van Dijk (ed.),
**Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Vol. 2: Discourse as
Social Interaction.** London: Sage, 1977.
- Foucault, M. 1971 **Orders of Discourse.** **Social Science Information** 10(2), 7 – 30.
- Simon, H. **Persuasion: Understanding, Practive, and Analysis.**Massachusetle:
Addision-Wesley Publishing, 1973.



วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั่วไป ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการ และบทความจากผลงานวิจัยในศาสตร์ทางด้าน สหวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั่วไป ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการศึกษา (Education) ค้นคว้า และวิจัย
3. เพื่อเป็นแหล่งกลางในการศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลและแหล่งวิทยาการความรู้ต่างๆ อันเป็นการเปิดโลกกว้างทางการเรียนรู้ แก่สาธารณชนทั่วไป

คณะกรรมการอำนวยการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา	เกษมธมา	ที่ปรึกษา
2. รองศาสตราจารย์ปรียานุช	กิจรุ่งโรจน์เจริญ	ที่ปรึกษา
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง	สุทัศน์ ณ อยุธยา	ประธานกรรมการ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดา	ยีนยงชัยวัฒน์	กรรมการ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกียรติขจร	โสภณาภรณ์	กรรมการ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรพัสชญ์	เจียรนานนท์	กรรมการ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภา	นาฏยานาวิน	กรรมการ
8. อาจารย์สรสินธุ์	ฉายสินสอน	กรรมการ
9. อาจารย์ชัชชนันท์	อินเียม	กรรมการ
10. อาจารย์ปารีชาติ	ม่วงศิริ	กรรมการ
11. อาจารย์ทักษิณา	สุขพัทธ์	กรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นนท์ณิธี	ดุลยทวีสิทธิ์	กรรมการและเลขานุการ
13. นางสาวจิรภรณ์	คล้ายวิจิตร	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer Review)

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ(ภายนอก)

1. ศาสตราจารย์(กิตติคุณ) ดร.ปิยนภ บุนนาค		ราชบัณฑิตยสถาน
2. ศาสตราจารย์(กิตติคุณ) ดร.สุจริต เพ็ชรชอบ		จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ศาสตราจารย์(พิเศษ) ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ		ข้าราชการบำนาญ
4. ศาสตราจารย์ ดร.ปารีชาติ	สถาปัตตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. ศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ	อารมณ์สุวรรณ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. ศาสตราจารย์ ดร.สมภาร	พรมทา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7. ศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พรรณ	ศิลปสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
8. ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	สินลาร์ตัน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
9. ศาสตราจารย์ พงษ์ศิลป์	อรุณรัตน์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร กันทรดุษฎี เตรียมชัยศรี		มหาวิทยาลัยมหิดล
11. รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี	สรณสถาพร	มหาวิทยาลัยมหิดล
12. รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ	เดชชัยศรี	ข้าราชการบำนาญ

13. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบุรณ์	ศิริสรรหิรัญ	มหาวิทยาลัยมหิดล
14. รองศาสตราจารย์ ดร.อาภรณ์พันธ์	จันทร์สว่าง	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
15. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ	ทิฆทรัพย์	ข้าราชการบำนาญ
16. รองศาสตราจารย์ ศิริจันทร์	ศิริปฐมานันท์	ข้าราชการบำนาญ
17. รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์	พิกุลศรี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
18. รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์แก้ว	อุดมสมุทรหิรัญ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
19. รองศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์	ธีระวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยมหิดล
20. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ	แสงทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
21. รองศาสตราจารย์ ดร.อนรรฆ	จรรย์ยานนท์	มหาวิทยาลัยมหิดล
22. รองศาสตราจารย์ ดร.อรนุช	ภาชื่น	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
23. รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข	หินวิมาน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
24. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์	สุทธิวรเศรษฐ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริร์	บวรกิตติ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุกร	ภูเรือรัตน์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา	สุวรรณพิมล	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรุ่ง	ปภาพสิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีณย์	ว่องไว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ	สร้อยแสง	ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการอิสระ
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิติชัย	รัตน์ะ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน	ปัญญาวุธตระกูล	มหาวิทยาลัยนเรศวร
33. อาจารย์ ดร.ปฐมพร	อินทรางกูร ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยธนบุรี
34. อาจารย์ ดร.ณภัทร	พานิชการ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
35. อาจารย์ ดร.กัณฑวรรณ	มีสมสาร	นักวิชาการอิสระ

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ(ภายใน)

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญาภฏ	วรวัฒน์ชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง	สุทัศน์ ณ อยุธยา
3. รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวดี	ชัยชาญกุล
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิโพภุทธ์	วัฒนานิมิตกุล
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สาธิต	โกวิทวที
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา	วิไลลักษณ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา	ผ่องพิทยา
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัมพล	เชื้อแถว
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจจา	จิตรภิรมย์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์วิภา	ดิลกสัมพันธ์
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดา	ยีนยงชัยวัฒน์
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์	หนูสวัสดิ์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล	สุนสวัสดิ์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประไพ	ศรีตามา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณีต	ม่วงนวล

16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร	อินทรมพันธ์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	วิสูตรเรืองเดช
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา	พันธ์โกศล
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิทย์	เรืองรอง
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกียรติขจร	โสภณาภรณ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลิต	วณิชยานันต์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิบูลย์	วิฑูรย์ปัญญากุล
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรรพัชญ์	เจียรนานนท์
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิงห์	สิงห์ขจร
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร	ศรีหามิ
26. อาจารย์ ดร.ธรรณปพร	หงษ์ทอง
27. อาจารย์ ดร.มนัสวี	ศรีราชเลา
28. อาจารย์ ดร.รุ่งลักษณ์	แก้ววิเชียร
29. อาจารย์ ดร.ศิริกาญจน์	โพธิ์เขียว
30. อาจารย์ ดร.สรายุทธ	คาน
31. อาจารย์ ดร.ชยารัตน์	ศรีสุนนท์
32. Lecturer Ana	Camaligan

บรรณาธิการวารสาร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง	สุทัศน์ ณ อยุธยา
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นนท์ณิธี	ดุลยทวีสิทธิ์

กองบรรณาธิการ

1. ศาสตราจารย์(พิเศษ) ดร.ชาญวิทย์	เกษตรศิริ	ข้าราชการบำนาญ,นักวิชาการอิสระ
2. ศาสตราจารย์(กิตติคุณ) ดร.ปิยนาด	บุญนาค	สำนักราชบัณฑิตยสภา
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ศานติ	ภักดีคำ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง	สุทัศน์ ณ อยุธยา	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล	บุตดาสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดา	ยีนยงชัยวัฒน์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกียรติขจร	โสภณาภรณ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธเนศ	ตั้งจิตเจริญเลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นนท์ณิธี	ดุลยทวีสิทธิ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
10. อาจารย์ ดร.กำธร	จิตศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
11. อาจารย์สรสินธุ์	ฉายสินสอน	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
12. อาจารย์วรุฒม์	พลอยสวยงาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คำแนะนำการตีพิมพ์บทความ

กองบรรณาธิการวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้กำหนดระเบียบการเขียนต้นฉบับ เพื่อให้ผู้เขียนยึดเป็นแนวทางในการดำเนินการ สำหรับเตรียมต้นฉบับเพื่อขอตีพิมพ์ในวารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจัดรูปแบบ

1.1 ขนาดของต้นฉบับ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 โดย กำหนดค่าความกว้าง 15 เซนติเมตร ความสูง 23.7 เซนติเมตร และเว้นระยะห่างระหว่างขอบกระดาษด้านบนและซ้ายมือ 3.5 เซนติเมตร ด้านล่างและขวามือ 2.5 เซนติเมตร

1.2 รูปแบบอักษรและการจัดวางตำแหน่ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun PSK ทั้งเอกสาร พิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด โดยใช้ขนาด ชนิดของตัวอักษร รวมทั้งการจัดวาง ตำแหน่งดังนี้

1) หัวกระดาษ ประกอบด้วย เลขหน้า ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งกึ่งกลางกระดาษ

2) ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาด 18 และภาษาอังกฤษ ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ ความยาวไม่เกิน 2 บรรทัด

3) ชื่อผู้เขียน ภาษาไทยขนาด 16 และภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ขนาด 14 ชนิดตัวเอียงธรรมดา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านขวาใต้ชื่อเรื่อง ให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน * กำหนดเป็นตัวยก กำกับท้ายนามสกุล ของผู้ประสานงานหลัก

4) หน่วยงานหรือสังกัดที่ทำวิจัย ภาษาไทย ขนาด 14.5 และภาษาอังกฤษ ขนาด 10.5 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งชิดขวาใต้ชื่อผู้เขียน กรณีคณะผู้เขียนมีหน่วยงานหรือสังกัดที่ต่างกัน ให้ใส่ตัวเลข 1 และ 2 กำหนดเป็นตัวยก ตามลำดับกำกับท้ายนามสกุล และด้านหน้าหน่วยงานหรือสังกัด

5) เชีงอรรถ กำหนดเชิงอรรถในหน้าแรกของบทความ ส่วนแรกกำหนดข้อความ “ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)” ภาษาไทยขนาด 13 ภาษาอังกฤษขนาด 13 ชนิดตัวธรรมดา ส่วนที่ 2 ระบุข้อความ “e-mail” ระบุเป็น e-mail ของผู้ประสานงานหลัก ในส่วนสุดท้ายกำหนดข้อความ “**กิตติกรรมประกาศ” (ถ้ามี) ระบุเฉพาะแหล่งทุน และหน่วยงานที่สนับสนุนงบประมาณ เช่น งานวิจัยเรื่องนี้ ได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก “ทุนงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา”

6) หัวข้อบทคัดย่อภาษาไทยขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษด้านซ้ายใต้ที่อยู่/หน่วยงานสังกัดของผู้เขียน เนื้อหาบทคัดย่อไทย 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

7) หัวข้อคำสำคัญภาษาไทยขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้ายใต้บทคัดย่อภาษาไทย เนื้อหาภาษาไทยขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ไม่เกิน 4 คำ เว้นระหว่างคำด้วยเครื่องหมาย “/”

8) หัวข้อบทคัดย่อภาษาอังกฤษขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางกระดาษด้านซ้ายใต้ที่อยู่/หน่วยงานสังกัดของผู้เขียน เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

9) หัวข้อคำสำคัญภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้ายใต้บทคัดย่อภาษาอังกฤษ เนื้อหาภาษาอังกฤษขนาด 10 ชนิดตัวธรรมดาไม่เกิน 4 คำ เว้นระหว่างคำด้วย Slash (/)

10) หัวข้อหลักภาษาไทย 18 ภาษาอังกฤษขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

11) หัวข้อย่อภาษาไทย 16 ชนิดตัวหนา อังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา Tab 0.75 เซนติเมตรจากอักษรตัวแรกของหัวเรื่อง

12) เนื้อหาภาษาไทยขนาด 16 อังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

13) อ้างอิง (References) หัวข้อภาษาอังกฤษขนาด 18 ชนิดตัวหนา ชิดขอบซ้าย เนื้อหาภาษาไทยขนาด 16 ภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งชื่อผู้เขียนชิดขอบซ้ายหากยาวเกิน 1 บรรทัดให้ Tab 0.75 เซนติเมตร การอ้างอิงเอกสารให้เขียนตามแบบ APA (American Psychological Association)

14) ผู้เขียน/คณะผู้เขียน ภาษาไทยขนาด 16 ชนิดตัวหนา ชิดขอบซ้าย เนื้อหาชื่อผู้เขียนขนาด 14 ภาษาอังกฤษขนาด 10 ชนิดตัวหนา ให้ระบุค่านำหน้าชื่อได้แก่ นาย นาง นางสาว และตำแหน่งทางวิชาการ ตำแหน่งชื่อผู้เขียนชิดขอบซ้ายหากยาวเกิน 1 บรรทัด ให้ Tab 0.75 เซนติเมตร ข้อมูลที่อยู่ติดต่อได้พร้อมรหัสไปรษณีย์ และอีเมลล์ ในตำแหน่งชิดขอบซ้ายหากยาวเกิน 1 บรรทัด ให้ Tab 0.75 เซนติเมตร

1.3 จำนวนหน้า บทความต้นฉบับมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า

2. การเขียนอ้างอิง

การอ้างอิงเอกสารให้เขียนอ้างอิงตามรูปแบบ APA (American Psychological Association) โดยให้แปลรายการอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ และยังคงรายการอ้างอิงภาษาไทยเดิมไว้ด้วยเพื่อให้กองบรรณาธิการตรวจสอบความถูกต้องในการแปล สามารถดูหลักเกณฑ์การอ้างอิงวารสาร สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาได้ที่ (<http://research.bsru.ac.th>)

3. ลำดับหัวข้อในการเขียนต้นฉบับ

การเขียนต้นฉบับกำหนดให้ใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ในกรณีเขียนเป็นภาษาไทย ควรแปลคำศัพท์ ภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด ยกเว้นในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะ ที่แปลไม่ได้หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจนให้ใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ และควรใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน โดยเนื้อหาต้องเรียงลำดับตามหัวข้อดังนี้

3.1 ชื่อเรื่องควรสั้น และกะทัดรัด ความยาวไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษร ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยให้นำชื่อเรื่องภาษาไทยขึ้นก่อน

3.2 ชื่อผู้เขียนเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ หากเกิน 6 คน ให้เขียนเฉพาะคนแรกแล้วต่อท้ายด้วย และคณะ

3.3 ชื่อหน่วยงานหรือสังกัด ที่ผู้เขียนทำงานวิจัย เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

3.4 บทคัดย่อเขียนทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยเขียนสรุปเฉพาะสาระสำคัญของเรื่อง อ่านแล้วเข้าใจง่าย ความยาวไม่ควรเกิน 300 คำ หรือ 20 บรรทัด โดยให้นำบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ขึ้นก่อน ทั้งนี้บทคัดย่อภาษาไทย กับบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องมีเนื้อหาตรงกัน

3.5 คำสำคัญ(Keywords) ให้อยู่ในตำแหน่งต่อท้ายบทคัดย่อ และ Abstract ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ ในการเลือกหรือค้นหาเอกสารที่มีชื่อเรื่องประเภทเดียวกันกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย

3.6 บทนำเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่บอกความเป็นมา และเหตุผลนำไปสู่การศึกษาวิจัย และควรอ้างอิงงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.7 วัตถุประสงค์ชี้แจงถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษา

3.8 กรอบแนวคิดชี้แจงความเชื่อมโยงตัวแปรต้น ตัวแปรตาม ในการทำการวิจัย

3.9 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.10 ผลการวิจัยเป็นการเสนอสิ่งที่ได้จากการวิจัยเป็นลำดับ อาจแสดงด้วยตาราง กราฟ แผนภาพ ประกอบการอธิบาย ทั้งนี้ถ้าแสดงด้วยตาราง ควรเป็นตารางแบบไม่มีเส้นขอบตารางด้านซ้าย และขวา หัวตารางแบบ ธรรมดาไม่มีสี ตารางควรมีเฉพาะที่จำเป็น ไม่ควรมีเกิน 5 ตาราง สำหรับรูปภาพประกอบควรเป็นรูปภาพขาว-ดำที่ ชัดเจน และมีคำบรรยายใต้รูป กรณีที่ผู้เขียนต้นฉบับประสงค์จะใช้ภาพสีจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

3.11 อภิปรายผลควรมีการอภิปรายผลการวิจัยว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่เพียงใด และควรอ้าง ทฤษฎีหรือเปรียบเทียบการทดลองของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบเพื่อให้ผู้อ่านเห็นด้วยตามหลักการหรือคัดค้านทฤษฎีที่ มีอยู่เดิม รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงการนำไปใช้ประโยชน์และการให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

3.12 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยควรเป็นข้อเสนอแนะที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง

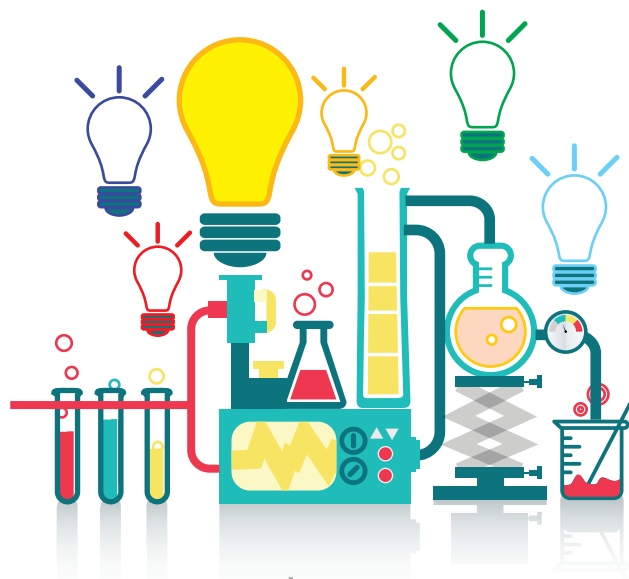
3.13 ผู้เขียน หรือคณะผู้เขียนในส่วนท้ายของบทความให้เรียงลำดับตามรายชื่อในส่วนหัวเรื่องของบทความ โดยระบุตำแหน่งทางวิชาการ ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ และ e-mail





สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

การบูรณาการศาสตร์ในศตวรรษที่ 21
วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา



สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 7 อาคาร 100 ปี ศรีสุริยวงศ์
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงศิริตูลูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600
โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1600,1606 โทรสาร. 1601
<http://research.bsru.ac.th>