



ISSN : 2774 - 1303 (Print)

ISSN : 2774 - 1311 (Online)

Thai Media Fund Journal

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ปีที่ 3 ฉบับที่ 4
ตุลาคม - ธันวาคม 2567

Volume 3 Number 4
October - December 2024

บทความวิจัย

1. ดนโนสังคมศาสตร์: มนุษยวิทยาว่าด้วยการสร้างสรรค์เรื่องเล่าและชีวิตทางสังคมของสื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิกวิสุทธิ เวชวรารณ
2. การประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน: กรณีเฟซบุ๊ก กลุ่มสาระณะ สินค้าชุมชน คนปทุม ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันฤดี สุขสงวน และ รองศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ชยธวัช
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามารับดี
สุทธิวรรณ ภัสระ และกรเอก กาญจนโกศล

บทความวิชาการ

4. การเผยแพร่ลักษณะอีสานที่สะท้อนผ่านเพลงลูกทุ่ง (ทศวรรษ 2510-2530)
จารุวรรณ ดวงคำจันทร์
5. เนื้อหาสื่อทางการเมืองระดับประเทศในการเลือกสมาชิกผู้แทนราษฎร (สส.) ที่ประชาชนไทยนิยมติดตาม
วรา กวีจิรัตน์, รดา วงศ์เลิศคุณากร, เดชาวิธ คงคาน้อย





วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ Thai Media Fund Journal

เจ้าของ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
ที่ปรึกษา ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
บรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

กองบรรณาธิการภายใน

ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นางสาวสุรชาติพ งามสมทบ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ยุบล เป๋ญจรงค์กิจ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช คณะรัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงศ์ สุขสว่าง คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ วนิชวัฒนาวุฒิ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี
ดร.รพีพรรณ เตชะพัฒนสกุล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.สมศักดิ์ สุวรรณสุขกุล นักวิชาการอิสระ
ดร.อิทธิพล วรรณสุภากุล นักวิชาการอิสระ
นายณัฐพล ศุภสิทธิ์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นายธำรงค์ จิตตะปะสาทะ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นายแอ๊ด นิยมจ้อย กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นางสาวณชาธิ์ เอี่ยมสุวรรณ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกองทุน ตามความในพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มาตราที่ 5 (5) ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาคณะความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อำนาจในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคม และส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

ขอบเขตสาขาที่รับพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำ TMF Journal

1. เรื่องเกี่ยวกับสภาพเปลี่ยนแปลงหรือประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ส่งผลหรือเกี่ยวเนื่องกับสื่อ
2. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
3. สื่อดั้งเดิม สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล สื่อหลอมรวมและนวัตกรรมสื่อ
4. การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและสื่อดิจิทัล
5. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ผลิตสื่อ
6. การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ และการตรวจสอบเผื่อระวังเนื้อหาของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
7. จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ การกำกับดูแลสื่อ และการอภิบาลสื่อ
8. เรื่องที่มีวัตถุประสงค์หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อ

กำหนดเผยแพร่ รายไตรมาสปีละ 4 ฉบับ เผยแพร่ต่อเนื่องเริ่มปีที่ 1 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2565 และทำการเผยแพร่ 3 ปี หรือรวมไม่น้อยกว่า 6 ฉบับ จะทำการเสนอให้ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index หรือ TCI) ประเมินคุณภาพวารสารและเผยแพร่ต่อไป

จำนวนที่พิมพ์ 500 เล่ม

The Scope of fields considered according to the objectives of TMF Journal preparation was as follows:

1. Articles concerning changing conditions or social, cultural, economic, technological, political, legal issues, or other external factors affecting or related to the media
2. Safe and creative media
3. Traditional media, radio and television broadcasting, digital media, convergent media, and media innovation

4. Media Literacy, media information and digital literacy
5. Media Personnel and Media Creators Capabilities Development
6. Media Content Analysis and media monitoring of unsafe and unconstructive media content.
7. Media Ethics, Code of Conduct, Media Supervision, Media Regulation, and Media Governance
8. The article whose purpose or suggestion was about the media

Release Dates : Scheduled to be published quarterly, at least 4 issues per year, published continuously from the 4th quarter of 2022-2024 or a total of not fewer than 6 issues for the Thai Journal Citation Index (TCI) for the evaluation of the quality of journals

Numbers of Prints 500 printed copies

การเผยแพร่ มอบให้ห้องสมุดหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษาในประเทศ หน่วยงานสื่อรัฐ และเอกชน อีกทั้งเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และระบบเว็บไซต์จากทาง TCI

ติดต่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอพีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 02 273 0116-9 โทรสาร. 02 273 0120
E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th
Website : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>

พิมพ์ที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรือนแก้วการพิมพ์
947 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
โทร. 02 411 1523 โทรสาร. 02 866 3248

-
1. บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ท่าน
 2. ข้อความและบทความในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมิใช่ความรับผิดชอบของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
 3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะแต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา

บรรณาธิการ

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Journal) ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 12 หรือ ฉบับที่ 4 ปีที่ 3 มีจำนวนบทความวิชาการ และบทความวิจัย 5 บทความ ได้แก่ 1) ต้นไม้สังคมศาสตร์: มนุษยวิทยาว่าด้วยการสร้างสรรค์เรื่องเล่าและชีวิตทางสังคมของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก 2) การประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน: กรณีเฟซบุ๊ก กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามารับดี 4) การเผยแพร่ลักษณะอีสานที่สะท้อนผ่านเพลงลูกทุ่ง (ทศวรรษ 2510-2530) 5) เนื้อหาสื่อทางการเมืองระดับประเทศในการเลือกสมาชิกผู้แทนราษฎร (สส.) ที่ประชาชนไทยนิยมติดตาม

สำหรับบทความตั้งแต่ ฉบับที่ 1 ปีที่ 4 กองบรรณาธิการ TMF Journal จะดำเนินการขอรหัส DOI ให้กับ บทความทุกบทความที่ผ่านการปรับแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านได้แนะนำ และแก้ไขเสร็จก่อน 15 วัน ที่จะปิด เล่มวารสาร ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม บทความแก้ไขเสร็จก่อน 15 มีนาคม

ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน บทความแก้ไขเสร็จก่อน 15 มิถุนายน

ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน บทความแก้ไขเสร็จก่อน 15 กันยายน

ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม บทความแก้ไขเสร็จก่อน 15 ธันวาคม

ท้ายที่สุดของปี 2567 และเริ่มปี 2568 กองบรรณาธิการ TMF Journal จะสรรหาคัดเลือก และแต่งตั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิอ่าน แนะนำ การพัฒนาปรับแก้บทความต่าง ๆ อย่างรอบครอบเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา เพื่อความรู้ใหม่ ๆ ทางสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อไป

บรรพต วิรุณราช

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความ

หน้าที่

บทความวิจัย

ต้นไม้สังคมศาสตร์: มนุษยวิทยาว่าด้วยการสร้างสรรค์เรื่องเล่าและชีวิตทางสังคมของสื่อวิทัศน์บนชั้นกราฟิก 1 – 37

วิสุทธิ เวชวราภรณ์

การประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน: กรณีเฟซบุ๊ก กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม 38 - 62

วันฤดี สุขสงวน และ วัฒนา ชยธวัช

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน 63 - 83

Rama App ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามาริบดี

สุทธิวรรณ ภัสระ และกรเอก กาญจนโกคิน

บทความวิชาการ

การเผยแพร่สัญลักษณ์อีสานที่สะท้อนผ่านเพลงลูกทุ่ง (ทศวรรษ 2510-2530) 84 – 120

จารุวรรณ ดั่งคำจันทร์

เนื้อหาสื่อทางการเมืองระดับประเทศในการเลือกสมาชิกผู้แทนราษฎร (สส.) ที่ประชาชนไทยนิยมติดตาม 121 - 143

วรา กวีจิรัตน์, รดา วงศ์เลิศคุณากร, เดชาวัต คงคาน้อย

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ 144 – 150

การเขียนเอกสารอ้างอิง 151 – 155

จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความ 156 – 158

ค่าธรรมเนียมในการส่งบทความ 159

ใบสมัคร/ ต่ออายุสมาชิก 160

บทความวิจัย

ต้นไม้สังคมศาสตร์: มานุษยวิทยาว่าด้วยการสร้างสรรค์เรื่องเล่าและชีวิตทางสังคม ของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก¹

วิสุทธิ เวชวารภรณ์²

Received 29 August 2024

Revises 3 December 2024

Accepted 23 December 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้สำรวจการใช้สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกอย่างสร้างสรรค์ในการเผยแพร่ผลงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ โดยอาศัยแนวคิดจากมานุษยวิทยาสื่อสารศาสตร์การเล่าเรื่อง ปริณพทลสาธารณะ การสร้างสรรค์ และชีวิตทางสังคมของวัตถุ โดยวัตถุประสงค้ของบทความคือการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” ในการสื่อสารผลการวิจัยของโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ตลอดจนอธิบายให้เห็นการประกอบสร้างเรื่องเล่าและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกบนพื้นฐานข้อมูลจากการวิจัย เนื้อหาของบทความอธิบายให้เห็นถึงรายละเอียดในกระบวนการออกแบบการเล่าเรื่องในสื่อวีดิทัศน์

¹ บทความนี้เขียนขึ้นในกระบวนการพัฒนาผลการวิจัยในโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

² นักวิจัย ฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)



วางโครงเรื่อง การใช้ตัวอุปลักษณ์และภาษาที่กระชับในการสื่อสารบทความพบว่าสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาี้ ไม่เพียงแต่เผยแพร่ผลการวิจัยเพื่อสร้างความตระหนักรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์อย่างสำคัญ ผู้เขียนเสนอว่าสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไมสังคมศาสตร์ได้ก้าวข้ามจุดประสงค์ดั้งเดิมในฐานะเครื่องมือสื่อสารไปสู่การขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงของระบบวิจัย จนถือได้ว่ามีชีวิตทางสังคมเป็นของตัวเอง นอกจากนี้ บทความยังเน้นย้ำถึงศักยภาพของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกในฐานะที่เป็นสื่อที่มีพลังในการสื่อสารงานวิจัย และให้ข้อเสนอแนะในการใช้สื่อดังกล่าวเป็นนวัตกรรมเพื่อเชื่อมต่อช่องว่างระหว่างการวิจัยทางวิชาการและความเข้าใจของสาธารณชน

คำสำคัญ: โมชันกราฟิก, ต้นไมสังคมศาสตร์, การวิจัยด้านสังคมศาสตร์, การสร้างสรรค์, ชีวิตทางสังคม



THE SOCIAL SCIENCES TREE: AN ANTHROPOLOGY OF THE NARRATIVE CREATION AND SOCIAL LIFE OF MOTION GRAPHICS MEDIA

Whisut Vejvarabhorn¹

Abstract

This article explores the creative use of a motion graphics video in disseminating social science research, drawing on concepts from media anthropology, narratology, the public sphere, and the social life of things. The article's objective is to create the "Social Sciences Tree" motion graphics video to communicate the findings of the Social Sciences Knowledge Landscape Survey Project aimed at developing the science, research, and innovation system. Additionally, it explains how the narrative and outcomes of the motion graphics video were constructed based on research data. The article details the process of designing the narrative in the video, structuring the storyline, and using metaphors as well as concise language for communication. It finds that the creatively produced video not only effectively disseminates research findings to raise awareness but also plays a significant role in shaping the direction of social science research development. The author suggests that

¹ Researcher, Division of Research and Academic Affair, Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization)



the " Social Sciences Tree" motion graphics video has transcended its original purpose as a communication tool, driving changes in the research system to the extent that the video can be said to have its own social life. The article also emphasizes the potential of motion graphics videos as a powerful medium for communicating research and offers recommendations for using such media as an innovation to bridge the gap between academic research and public understanding.

Keywords: Motion Graphics, the Social Sciences Tree, Social Science Research, Creation, Social Life



บทนำ

ย้อนกลับไปเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2567 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) จัดเวทีสัมมนาวาระการวิจัยสังคมศาสตร์และเครือข่ายนักวิจัยสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1 ภูมิทัศน์สังคมศาสตร์ไทย สถานะ คุณค่า และทิศทางการพัฒนา ณ ห้องประชุมใหญ่ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร การสัมมนาดังกล่าวเกิดขึ้นหลังจากที่ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) ดำเนินโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ให้การสนับสนุนเสร็จสิ้นลง พื้นที่สำคัญของโครงการดังกล่าววางอยู่บนการตระหนักถึงความสำคัญของสถานะความรู้และคุณภาพการทำงานของงานวิจัยในสาขาสังคมศาสตร์ ซึ่งกำลังประสบปัญหาความไม่สมดุลระหว่างความรู้แบบวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ในระบบวิจัยและนวัตกรรม (Chuangsatiansup et al., 2023) การจัดให้มีเวทีสัมมนานี้ นอกจากจะเป็นการแลกเปลี่ยนผลการวิจัยซึ่งเป็นข้อค้นพบเกี่ยวกับปัญหาในระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทยแล้ว ตัวเวทีเองยังเปรียบเสมือนพื้นที่รับฟังเสียงสะท้อนของนักวิจัยและระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดภูมิทัศน์ใหม่ของงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ อันจะนำไปสู่การยกระดับสถานะความรู้และคุณภาพการของการวิจัย ตลอดจนสนับสนุนงบประมาณการวิจัยด้านสังคมศาสตร์เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้างอีกด้วย การเปิดตัววิทัศน์ทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” หลังการแลกเปลี่ยนผลการวิจัย โดยนายแพทย์โกมาตร



จึงเสถียรทรัพย์ หัวหน้าโครงการ นับเป็นจุดหมายหนึ่งของเวทีสัมมนาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในข้อค้นพบที่คณะผู้วิจัยต้องการสื่อสารได้มากขึ้น

บนหลักคิดที่มองว่าการพัฒนาระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทย นอกจากจะต้องอาศัยการจัดการภายในของแหล่งทุนแล้ว ยังต้องอาศัยการสร้าง ความตระหนักรู้ของชุมชนวิชาการด้านสังคมศาสตร์ไปพร้อมกันด้วย การผลิต สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้มสังคมศาสตร์ จึงนับเป็นกิจกรรมที่สำคัญกิจกรรม หนึ่งของโครงการ นอกเหนือไปจากรายงานการวิจัยที่ให้รายละเอียด ผู้เขียนใน ฐานะหนึ่งในคณะผู้วิจัยจึงดำเนินการสรุปย่อผลการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อ ผลิตสื่อที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาข้อค้นพบที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับการ สื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจต่อสภาพ ปัญหาที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ประกอบกับที่ ในปัจจุบัน สื่อวีดิทัศน์มีแนวโน้มถูกผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยอย่าง แพร่หลาย (Walker & Boyer, 2018; Wang, 2019; Melvin et al., 2020) แนวคิดที่จะนำเสนอผลการวิจัยโดยอาศัยสื่อที่มีศักยภาพในการสื่อสารให้ผู้รับ สารเข้าใจง่ายและกระชับจึงเริ่มต้นขึ้น โดยมุ่งเน้นเผยแพร่สื่อดังกล่าวทาง แพลตฟอร์มออนไลน์ อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้งานต่อได้อย่างไม่จำกัด ทรัพยากรและการเข้าถึงเนื้อหา การสร้างสรรค์สื่อโมชันกราฟิกผ่านเรื่องเล่า บนพื้นฐานของเนื้อหาจากรายงานการวิจัยที่เริ่มจากระบวนการผลิตเพียงครั้ง เดียว แต่สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย รวมถึงสามารถส่งต่อให้กับ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งต้องการนำสื่อวีดิทัศน์ดังกล่าวไปใช้ ประโยชน์ต่อได้ (Meadows, 2003) จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจและมีศักยภาพ อันจะให้ผลสะท้อนกลับไปสู่การสร้างความรู้และเข้าใจต่อการพัฒนาระบบ วิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทยในวงกว้างมากขึ้น



วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างสรรค์สื่อวิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” ในการสื่อสารผลการวิจัย
2. เพื่ออธิบายให้เห็นการประกอบสร้างเรื่องเล่าและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” บนพื้นฐานข้อมูลจากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” ในการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทย
2. เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง “ต้นไม้สังคมศาสตร์”

บททวนวรรณกรรม

เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทยผ่านการสร้างสรรค์และผลิตสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” ตลอดจนเพื่ออธิบายให้เห็นการประกอบสร้างและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของสื่อวิทัศน์ดังกล่าว บทความนี้จะอาศัยแนวคิดดังต่อไปนี้

มานุษยวิทยาสื่อ

มานุษยวิทยาสื่อ (Anthropology of Media) เป็นสาขาวิชาหนึ่งของมานุษยวิทยาที่สำรวจว่าแนวทางปฏิบัติและเทคโนโลยีด้านสื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม อำนาจ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร ข้อเสนอที่สำคัญประการหนึ่งในมานุษยวิทยาสื่อ คือ แนวทางปฏิบัติด้านสื่อฝังรากลึกอยู่ในบริบททางวัฒนธรรม ในแง่ที่สื่อเป็นวัตถุและผลผลิตทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งสื่อจึงทำงานเสมือนรูปแบบทางวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วยแนวคิดและระบบ



สัญลักษณ์ต่าง ๆ ไม่ต่างไปจากพิธีกรรมและงานเฉลิมฉลอง (Coman & Rothenbuhler, 2005) ตัวอย่างงานศึกษาของ เฟย์ จินส์เบิร์ก (Faye Ginsburg) (Ginsburg, 1991) เน้นย้ำถึงบทบาทของสื่อในการผลิตวัฒนธรรมบนข้อเสนอที่ว่าสื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งผลิตวัฒนธรรมที่อัตลักษณ์ ประวัติศาสตร์ และเรื่องเล่าถูกสร้างขึ้นและโต้แย้งกันอย่างจริงจังด้วย มุมมองนี้มีความสำคัญในการทำความเข้าใจว่าสื่อสามารถสะท้อนและหล่อหลอมค่านิยมทางวัฒนธรรมทางสังคมได้อย่างไร ในอีกด้านหนึ่งเอง มานุษยวิทยาสื่อยังสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสื่อและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกด้วย ตัวอย่างงานศึกษาของไบรอัน ลาร์กิน (Brian Larkin) (Larkin, 2008) ตรวจสอบว่าเทคโนโลยีสื่อในประเทศไนจีเรียปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ทางสังคมและโครงสร้างทางการเมืองได้อย่างไร เขาเสนอว่าเทคโนโลยีสื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสำหรับการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบต่อความเข้าใจและปฏิสัมพันธ์ของผู้คนกับโลก โดยสรุปแล้วแนวคิดของมานุษยวิทยาสื่อนั้นย้ำให้เห็นถึงศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อและบทบาทของสื่อในการกำหนดสังคมร่วมสมัย

ศาสตร์การเล่าเรื่อง

ศาสตร์การเล่าเรื่อง (Narratology) เป็นการศึกษาโครงสร้างการเล่าเรื่องในทฤษฎีวรรณกรรมที่ศึกษาว่าเรื่องราวต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นมาอย่างไรและผลกระทบของกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่มีต่อผู้อ่านหรือผู้ชมมีผลกระทบอย่างไร ขจิตขวีญ กิจวิศาละ (Kijvisala, 2021) อธิบายว่าการเล่าเรื่องไม่ใช่แค่เรื่องของภาษาเพื่อการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นการกระทำผ่านภาษาและสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นที่สถิตของอุดมการณ์ ค่านิยม และมายาคติชุดต่าง ๆ ในการประกอบสร้างความรู้และความจริง ปฏิบัติการต่าง ๆ ของมนุษย์ล้วนแต่ถูกควบคุมด้วย



เรื่องเล่า การเล่าเรื่องจึงมีอำนาจในการสร้างความรับรู้ของมนุษย์ที่มีต่อตนเอง โลกและความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่ศาสตร์การเล่าเรื่องแบบดั้งเดิมเน้นไปที่การเล่าเรื่องเชิงวรรณกรรม นักวิชาการอย่างมารี-ลอเรอร์ ไรอัน (Marie-Laure Ryan) (Ryan, 2001) ได้ขยายขอบเขตของศาสตร์การเล่าเรื่องให้ครอบคลุมถึงสื่ออื่น ๆ ด้วยเช่น สื่อวีดิทัศน์ ภาพยนตร์ วิดีโอเกม และเรื่องเล่าดิจิทัล ไรอันเสนอว่าหลักการของการเล่าเรื่องสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อต่าง ๆ ได้ แม้ว่าสื่อแต่ละประเภทจะต้องมีเครื่องมือวิเคราะห์เฉพาะก็ตาม ผลงานของเธอเน้นย้ำถึงความยืดหยุ่นในการปรับใช้แนวคิดการเล่าเรื่องและความสำคัญของการพิจารณาการทำงานของเรื่องเล่าในบริบทที่หลากหลาย ไมเคิล เอฟ. ดาห์ลสตรอม (Michael F. Dahlstrom) (Dahlstrom, 2014) เห็นว่าเรื่องเล่ายังมีคุณสมบัติในการโน้มน้าวให้เห็นคล้อยตามไปในตัว การสื่อสารความรู้วิชาการซึ่งห่างไกลจากรูปแบบของเรื่องเล่าจึงอาจอาศัยแนวคิดเรื่องศาสตร์การเล่าเรื่องเข้ามาช่วยเพิ่มความเข้าใจ ความสนใจ และการมีส่วนร่วมแก่ผู้ฟังนอกแวดวงวิชาการได้

ปริณิถนาสาธารณะ

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เป็นแนวคิดในทฤษฎีสังคมและการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการอภิปรายเกี่ยวกับประชาธิปไตย การสื่อสาร และบทบาทของสื่อ เจอร์เกน ฮาร์เบอร์มาส (Jürgen Habermas) (Habermas, 1989) อธิบายว่าพื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ที่บุคคลทั่วไปมารวมตัวกันเพื่อหารือและถกเถียงในเรื่องที่มีผลประโยชน์ร่วมกันโดยปราศจากการแทรกแซงของรัฐ ฮาร์เบอร์มาสเน้นที่การเติบโตของพื้นที่สาธารณะของชนชั้นกลางในยุโรปในศตวรรษที่ 18 ซึ่งการเกิดขึ้นของสื่อสิ่งพิมพ์ ร้านกาแฟ และร้านทำผมช่วยอำนวยความสะดวกในการถกเถียงอย่างมีเหตุผลในหมู่พลเมือง พื้นที่



สาธารณะในอุดมคตินี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาประชาธิปไตย เนื่องจากช่วยให้เกิดการสร้างความคิดเห็นสาธารณะที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของรัฐได้

จอห์น บี. ธอมป์สัน (John B. Thompson) (Thompson, 1995) ศึกษาว่าการเพิ่มขึ้นของสื่อมวลชนได้เปลี่ยนแปลงพื้นที่สาธารณะอย่างไร อธิบายว่าเทคโนโลยีสื่อได้สร้างรูปแบบใหม่ของการมองเข้าถึงและการโต้ตอบ ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะที่มีสื่อกลาง วาทกรรมสาธารณะซึ่งกำหนดระบบความหมายในการประกอบสร้างความรู้และความจริง จะได้รับการกำหนดรูปร่างมากขึ้นโดยการนำเสนอของสื่อ งานศึกษาของธอมป์สันเน้นย้ำถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างสื่อ อำนาจ และการสื่อสารสาธารณะ (Thompson, 1995) ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะได้รับการขยายเพิ่มเติมเพื่อรวมถึงสื่อดิจิทัลด้วย โยชาย เบนเคลอร์ (Yochai Benkler) (Benkler, 2006) สำรวจว่าอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มดิจิทัลได้สร้างโอกาสใหม่ ๆ สำหรับการอภิปรายและการมีส่วนร่วมของสาธารณะได้อย่างไร เขาได้แย้งว่าพื้นที่สาธารณะในโลกดิจิทัลช่วยให้ปรากฏเสียงและรูปแบบการสื่อสารแบบกระจายอำนาจที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะเสียงที่เข้ามาท้าทายหรือพยายามปรับเปลี่ยนโครงสร้างอำนาจแบบเดิม ๆ

โมชันกราฟิก

โมชันกราฟิก (Motion Graphics) เป็นรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยมีลักษณะเป็นสื่อผสมผสานการออกแบบกราฟิก แอนิเมชัน และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเนื้อหาวิดีโอที่น่าสนใจ กล่าวได้ว่าโมชันกราฟิกเป็นรูปแบบของสื่อที่พัฒนาควบคู่ไปกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคสื่อ จอน แครสเนอร์ (Jon Krasner) (Krasner, 2008) ให้คำจำกัดความของโมชันกราฟิกว่าเป็นสาขาที่



ผสานหลักการออกแบบกราฟิกเข้ากับสื่อ โดยสร้างเรื่องราวด้วยภาพผ่านการ ผสานข้อความ ภาพ และเสียง เขาเสนอว่าหัวใจสำคัญของโมชันกราฟิกอยู่ที่ ความสามารถในการสื่อสารแนวคิดที่ซับซ้อนในลักษณะที่ดึงดูดสายตาและมี ชีวิตชีวา การผสมผสานระหว่างการเคลื่อนไหว การออกแบบ และการเล่าเรื่อง ทำให้โมชันกราฟิกเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับทั้งความบันเทิงและการ เผยแพร่ข้อมูล

คุณสมบัติเด่น ๆ ของโมชันกราฟิกคือการปรับปรุงการสื่อสารโดยทำให้ ข้อมูลที่ซับซ้อนเข้าถึงได้ง่ายและน่าสนใจมากขึ้น ไมเคิล เบตาคอร์ท (Michael Betancourt) (Betancourt, 2013) สำรวจว่าโมชันกราฟิกทำงานอย่างไร ในรูปแบบของวาทกรรมภาพ เขาชี้ว่าการเคลื่อนไหวของภาพและข้อความจะ ถูกใช้เพื่อโน้มน้าว ให้ข้อมูล หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม เบตาคอร์ทยังเน้นย้ำถึง ประสิทธิภาพของโมชันกราฟิกว่าอยู่ที่ความสามารถในการผสมผสาน องค์ประกอบภาพและเสียงเพื่อสร้างประสบการณ์แบบหลายประสาทสัมผัส ที่สามารถดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ชมได้ ความสามารถนี้ทำให้โมชัน กราฟิกมีค่าอย่างยิ่งในการสื่อสารเรื่องราว การบอกเล่าเรื่องราวจึงนับเป็น องค์ประกอบสำคัญของโมชันกราฟิก ออสติน ชอร์ (Austin Shaw) (Shaw, 2016) กล่าวถึงวิธีการใช้โมชันกราฟิกในการบอกเล่าเรื่องราวว่าไม่ใช่แค่เพียง บอกเล่าผ่านเนื้อหาของภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเรียงลำดับ จังหวะ และ การเปลี่ยนผ่านระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ด้วย ชอร์บอกว่าโมชันกราฟิกมักจะ ถ่ายทอดเรื่องราวที่ให้ความรู้ความเข้าใจโดยกระชับ และมักจะอยู่ในกรอบเวลาจำกัด การเขียนบทเพื่อสร้างสรรค์โมชันกราฟิกจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณสมบัติ เหล่านี้ โดยเฉพาะการจัดวางโครงสร้างของเรื่องเล่าและองค์ประกอบในการเล่า เรื่อง



การสร้างสรรคและชีวิตทางสังคมของวัตถุ

แนวคิดเรื่องการสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่มุ่งสำรวจความสัมพันธ์ของความรู้และปฏิบัติการในกิจกรรมสร้างสรรค์ของมนุษย์ ทิม อิงโกลด์ (Tim Ingold) (Ingold, 2013) เสนอว่าการสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่เป็นศูนย์กลางของการผลิตความรู้ทุกรูปแบบ เขาท้าทายขอบเขตทั่วไประหว่างสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น มานุษยวิทยา โบราณคดี ศิลปะ และสถาปัตยกรรม โดยชี้ว่าสาขาวิชาเหล่านี้มีความสนใจร่วมกันในกระบวนการสร้างสรรค์แบบต่าง ๆ อิงโกลด์ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจว่าการสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องมากกว่าการมุ่งเน้นผลผลิตขั้นสุดท้าย ซึ่งเขาวิจารณ์ว่าเป็นแนวโน้มของวิธีคิดแบบตะวันตกที่ให้ความสำคัญกับความสำเร็จของวัตถุหรือผลผลิต มากกว่าการปฏิบัติและปฏิสัมพันธ์ที่นำวัตถุหรือผลผลิตเหล่านั้นมาสู่ความเป็นจริง ผลผลิตที่เกิดจากการสร้างสรรค์ไม่ใช่วัตถุที่แน่นิ่งซึ่งขึ้นอยู่กับการผลิตของมนุษย์เท่านั้น แต่ยังมีคุณสมบัติและศักยภาพในตัวเองที่จะโต้ตอบกับผู้สร้างได้ด้วย ในทำนองเดียวกัน อรุณ อับปาดูไร (Arjun Appadurai) (Appadurai, 2014) เสนอว่าวัตถุมีศักยภาพกระทำการที่จะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมและความหมายทางวัฒนธรรม ข้อเสนอของเขาท้าทายมุมมองแบบเดิมที่มองว่าวัตถุเป็นสิ่งที่ไม่มีชีวิตซึ่งถูกสร้าง ควบคุม และกำหนดคุณค่าตายตัวโดยมนุษย์ ในทางกลับกัน อับปาดูไรโต้แย้งว่าวัตถุสามารถกำหนดการกระทำของมนุษย์และโครงสร้างทางสังคมได้ด้วยคุณสมบัติทางวัตถุและอำนาจเชิงสัญลักษณ์ วัตถุหรือผลผลิตต่าง ๆ จึงมีชีวิตทางสังคมเป็นของตนเอง นั่นคือวัตถุนั้นมีความหมายทางสังคมและมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแข็งขัน คุณค่าและความสำคัญของสิ่งต่าง ๆ จึงไม่ได้คงที่ แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบท ซึ่งอับปาดูไรเรียกว่าระบอบของคุณค่า (Regimes of



Value) อันจะเป็นกรอบทางวัฒนธรรมที่กำหนดว่าวัตถุหรือผลผลิตหนึ่ง ๆ นั้นได้รับการประเมินค่า ใช้งาน และหมุนเวียนได้อย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความนี้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. อธิบายการออกแบบการสร้างสรรค์สื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้มุ่งสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่องโดยใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) เป็นตัวบท (Text) ตั้งต้น

2. อภิปรายให้เห็นชีวิตทางสังคมของสื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้มุ่งสร้างสรรค์โดยจะพิจารณาระบบของคุณค่าผ่านผู้กระทำการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นบริบท (Context)

ภูมิทัศน์สังคมศาสตร์ของไทย

ในการสร้างเรื่องเล่าให้กับสื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้มุ่งสร้างสรรค์ ข้อค้นพบจากการวิจัยโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จะถูกใช้เป็นตัวบทในการสร้างเรื่องเล่า โดยในปัจจุบัน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งมีหน้าที่หลักในการวางแผน และกำหนดนโยบายการวิจัยของชาติ กำลังเผชิญกับความไม่สมดุลระหว่างความรู้วิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ การให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และการวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่อาศัยแนวทางแสวงหาความรู้แบบปฏิฐานนิยม ซึ่งทำให้ความรู้ปรากฏในรูปของกฎทั่วไป ผลการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและสถิติ ตลอดจนมุ่งเน้นความตรงชัดวัดได้ในการนำความรู้ไปใช้



ประโยชน์ในวงกว้าง แนวทางดังกล่าวของการวิจัยได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษเมื่อเทียบกับความรู้แบบอื่น ๆ (Chuengsatiansup et al., 2023) บนความเห็นพ้องกันของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมที่ว่า ทิศทางในการขับเคลื่อนความรู้ที่เป็นอยู่จำเป็นต้องอาศัยการศึกษาวิจัยทางสังคมที่มากไปกว่าแนวทางดังกล่าว การดำเนินโครงการได้ปรากฏผลการวิจัยที่บ่งชี้ให้เห็นสถานการณ์ด้านสังคมศาสตร์ของไทย ดังต่อไปนี้

สังคมศาสตร์: จากโลกถึงไทย

คำว่าสังคมศาสตร์ (Social Science) ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1824 โดยในช่วงแรก ๆ หมายถึงการศึกษาสังคมแบบสังคมวิทยา การก่อตัวของสังคมศาสตร์ในยุคแรก ๆ เกิดขึ้นภายใต้บรรยากาศของความรู้แบบวิทยาศาสตร์ การขยายตัวของเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และการปฏิวัติอุตสาหกรรม ส่งผลให้รากความคิดของสังคมศาสตร์มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์ของสังคม หรือเรียกกันทั่วไปว่าสังคมศาสตร์แบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ซึ่งให้ความสำคัญกับการมุ่งศึกษาสังคมในเชิงสถิติ การคิดคำนวณเชิงปริมาณ และภาวะเป็นกลางของความรู้ อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของสังคมศาสตร์ในระยะหลังมีความโน้มเอียงไปทางมนุษยนิยม (Humanism) ซึ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาสังคมผ่านประสบการณ์ คุณค่า ตลอดจนการวิพากษ์มากขึ้นเป็นลำดับ (Crotty, 1998) เหตุการณ์สงครามเย็นหลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สองถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของสังคมศาสตร์ในประวัติศาสตร์โลก เนื่องด้วยสหรัฐอเมริกาในฐานะประเทศผู้นำชัยชนะให้ความสำคัญกับสังคมศาสตร์ที่อาศัยวิธีคิดแบบวิทยาศาสตร์ เนื่องด้วยวิธีคิดแบบวิพากษ์ในสังคมศาสตร์ถูก



เชื่อมโยงกับลัทธิมาร์กซ์และขบวนการคอมมิวนิสต์ ซึ่งเป็นปฏิปักษ์กับมหาอำนาจของโลกเสรีในช่วงสงครามอุดมการณ์

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้เอง สังคมศาสตร์ถูกนำเข้าสู่ประเทศไทยในฐานะเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความทันสมัย ฉากหลังของการนำสังคมศาสตร์เข้าสู่ประเทศไทยดังกล่าวคือการรับความช่วยเหลือด้านการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ จากสหรัฐอเมริกาเพื่อสกัดกั้นการแผ่ขยายของขบวนการคอมมิวนิสต์ที่กำลังลุกลามในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Chaloemtiarana, 2007) จุดเริ่มต้นของระบบวิจัยไทยเกิดขึ้นในช่วงเวลานี้นั่นคือการเกิดขึ้นของสภาวิจัยแห่งชาติ (วช.) เมื่อปี พ.ศ. 2502 โดยมุ่งนำการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ไปปรับใช้เพื่อพัฒนาประเทศ สังคมศาสตร์ที่ประเทศไทยได้รับมาจึงเป็นสังคมศาสตร์แบบปฏิฐานนิยม ต่อมาเมื่อประเทศไทยยกระดับไปสู่ประเทศรายได้ปานกลาง มีการตั้งสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ขึ้นในปี พ.ศ. 2535 เพื่อส่งเสริมงานวิจัยที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ การสร้างรายได้ การลงทุน การจัดการทรัพยากร ตลอดจนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความรู้สังคมศาสตร์ที่ระบบวิจัยให้ความสำคัญยังเป็นแบบปฏิฐานนิยม แต่เสริมด้วยการวิจัยที่เน้นให้ผลลัพธ์เชิงปฏิบัติ (Kunawut, 2016) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2562 การตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มุ่งเน้นนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม อันนำมาซึ่งการปฏิรูประบบวิจัย โดยยุบเลิกสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและก่อตั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมขึ้นมาในฐานะหน่วยงานกลางที่ขับเคลื่อนระบบวิจัยของไทย โดยที่สภาวิจัยแห่งชาติ ซึ่งภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ กลายเป็นหน่วยบริหารจัดการทุน (PMU) หน่วยหนึ่งในระบบวิจัย (Chuengsatiansup et al., 2023)



ระบบวิจัยก่อนการปฏิรูป

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (Chuengsatiansup et al., 2023) ชี้ว่า ก่อนการปฏิรูประบบวิจัยของไทยเมื่อปี พ.ศ. 2562 แหล่งทุนสำคัญที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ในระบบวิจัยคือสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย การพิจารณาฐานข้อมูลงานวิจัยของทั้งสองหน่วยงานในช่วง 10 ปีก่อนการปฏิรูป คือระหว่างปี พ.ศ. 2553-2562 พบว่า โจทย์การวิจัยของสังคมศาสตร์ถูกกำกับโดยนโยบายระดับชาติ ไม่ว่าจะเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ตลอดจนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี การแปลงนโยบายดังกล่าวมาสู่ยุทธศาสตร์การวิจัยและกำหนดประเด็นวิจัยต่าง ๆ ได้กำกับทิศทางของการสร้างความรู้ที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยสนับสนุน โดยเฉพาะการวิจัยเพื่อประโยชน์ในแง่ของการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ

คุณค่าและสัดส่วนของความรู้

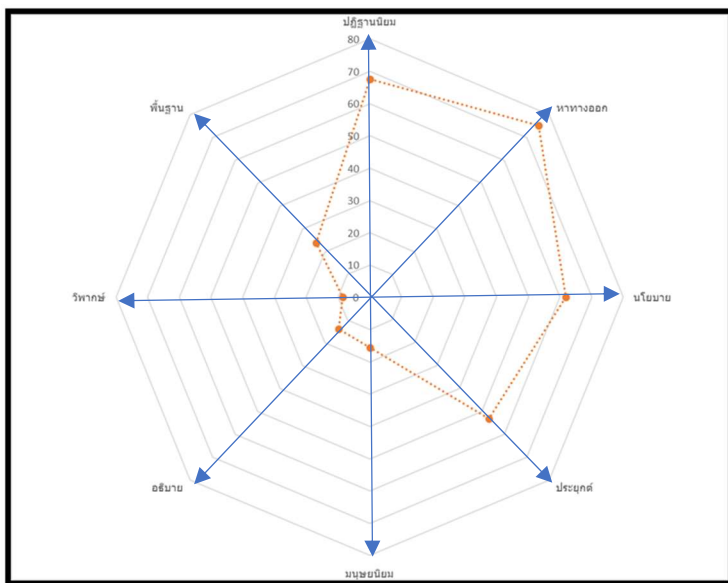
อย่างไรก็ดี คุณค่าของความรู้สังคมศาสตร์ไม่ได้เป็นสิ่งที่แน่นอนตายตัวอย่างที่สามารถให้คำตอบได้อย่างผิวเผิน หากแต่มีอยู่อย่างหลากหลายตามแต่การประเมินคุณค่าทั้งจากภายในและภายนอก ตั้งแต่ทัศนะต่อความรู้ซึ่งจะกำหนดว่าความรู้ทางสังคมศาสตร์จะมีหน้าตาเป็นอย่างไร ตลอดจนจะเข้าถึงความรู้นั้นด้วยวิธีการแบบใด เป้าหมายของความรู้ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดโดยแรกเริ่มว่าความรู้นั้นจะมีคุณค่าแบบใดและถูกใช้ภายใต้วัตถุประสงค์ใดหน้าที่ของความรู้ซึ่งแสดงให้เห็นคาดหวังต่อการดำรงอยู่ในสังคมของความรู้สังคมศาสตร์ ตลอดจนบทบาทของความรู้ที่จะขับเคลื่อนโลกแห่งความเป็นจริงในลักษณะใด (Vejvarabhorn, 2023) ภายใต้การประเมินคุณค่าเหล่านี้ จะเห็นได้ว่าสภาวะขัดแย้งปรากฏขึ้นในแง่มุมมองต่าง ๆ อย่างเด่นชัด การสำรวจสัดส่วน



ของความรู้จากฐานข้อมูลงานวิจัย จึงดำเนินการผ่านการสร้างเครื่องมือแบบ
คู่แกนและตัวแปรสำหรับใช้วิเคราะห์และปรับสมดุลความรู้ในลักษณะของ
ตัวแบบในอุดมคติผ่านการมองคุณค่าแบบต่าง ๆ ของสังคมศาสตร์ที่มากไปกว่า
การใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาของรัฐและการมองความรู้สังคมศาสตร์ใน
ระนาบเดียวกับความรู้แบบวิทยาศาสตร์

จากการพัฒนาเครื่องมือแบบคู่แกนและตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์
ฐานข้อมูลการวิจัยของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัยในรอบ 10 ปี (Chuengsatiansup et al., 2023)
ทำให้พบว่าในคู่แกนแรก การวิจัยส่วนใหญ่มีแนวโน้มเป็นการวิจัยแบบปฏิฐาน
นิยม ในคู่แกนที่สองพบว่าการวิจัยส่วนใหญ่มีแนวโน้มเป็นการวิจัยแบบประยุกต์
ส่วนในคู่แกนที่สาม พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ตอบโจทยนโยบาย
และในคู่แกนสุดท้าย พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเสนอทางออกหรือแก้ไขปัญหา
เฉพาะหน้า





ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงคำร้อยละของความถี่การให้คะแนนในแต่ละคู่แกน และตัวแปรจากฐานข้อมูลงานวิจัย วช. และ สกว. พ.ศ. 2553-2562

ปัญหาของรัฐ ระบบราชการ และนโยบาย

นอกเหนือไปจากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลการวิจัยเพื่อค้นหาสัดส่วนความรู้แล้ว คำถามที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือทำไมนักวิจัยด้านสังคมศาสตร์จึงขอรับการสนับสนุนการวิจัยจากระบบวิจัยค่อนข้างน้อย ความหลากหลายของความรู้ที่แสดงตัวผ่านสัดส่วนความรู้ในระบบวิจัยจึงน้อยตามไปด้วย การสัมภาษณ์นักวิชาการคนสำคัญด้านสังคมศาสตร์ 20 คน เผยให้เห็นปัญหาอื่น ๆ ที่ดำรงอยู่ในระบบวิจัยไทยเองด้วย (Chuengsatiansup et al., 2023) กล่าวคือ แม้แหล่งทุนในสังกัดของรัฐอย่างสำนักงานการวิจัยแห่งชาติและ



สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นแหล่งทุนที่เป็นที่พึ่งหลัก แต่กระนั้นเอง แหล่งทุนดังกล่าวกลับมีข้อจำกัดมากมาย โดยเฉพาะภาระทางเอกสาร ความซับซ้อนเชิงกระบวนการ ตลอดจนการกำกับแนวทางการวิจัยเชิงนโยบายและนวัตกรรม นอกจากนี้แล้ว ที่ผ่านมายังมีปัญหาเรื่องความไม่ยืดหยุ่นของการจัดการทุน ลักษณะการให้ทุนบางแบบถูกมองว่าเป็นการสร้างระบบอุปถัมภ์ในโลกวิชาการด้วย การที่แหล่งทุนมองการสร้างความรู้เป็นเรื่องของนโยบาย ส่งผลให้นักวิจัยรู้สึกว่าการสร้างความรู้ไม่เป็นส่วนหนึ่งของโลกวิชาการ การสร้างความรู้เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐมากกว่าที่จะเป็นการชี้ให้เห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา ถูกมองว่าไม่น่าไปสู่การนำเสนอความรู้และวิสัยทัศน์ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่รัฐ อีกทั้งการใช้ยุทธศาสตร์ชาติมาเป็นกรอบชี้นำแนวทางการทำงานวิจัยสร้างภาวะกลับหัวกลับหางในการสร้างความรู้ นั่นคือแทนที่การสร้างความรู้งานวิจัยจะเข้ามาช่วยกำหนดหน้าตาของนโยบายรัฐ กลับเป็นรัฐที่กำหนดนโยบายลงมาควบคุมการสร้างความรู้ในแบบที่รัฐต้องการ นักวิจัยด้านสังคมศาสตร์ที่มีแนวทางวิจัยที่ไม่สอดคล้องกับรัฐซึ่งควบคุมจัดการระบบวิจัยจึงหันไปแสวงหาแหล่งทุนอื่น อาทิ แหล่งทุนจากมูลนิธิ องค์กรเอกชน และองค์กรต่างประเทศ (Vejvarabhorn, 2023)

มูลเหตุของปัญหาการสนับสนุนการวิจัยด้านสังคมศาสตร์

การดำเนินโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ทำให้ได้ข้อสรุปว่าสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถส่งเสริมงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ให้เติบโตเต็มศักยภาพตามธรรมชาติของความรู้แบบสังคมศาสตร์ที่มีความหลากหลาย ปัญหาความไม่สมดุลของความรู้สังคมศาสตร์สะท้อนผ่านการเน้นการสร้างความรู้ตามแนวคิดแบบปฏิฐานนิยม ในขณะที่ความรู้ตามแนวคิดแบบ



มนุษย์นิยมถูกละเลย หรือการเน้นการวิจัยเพื่อรับใช้นโยบายจนทำให้ขาดมุมมองเชิงวิพากษ์ การเน้นการประยุกต์และความรู้เชิงเทคนิคมากกว่าการสร้างปัญหาที่จะอธิบายปรากฏการณ์จากมุมมองใหม่ ๆ โดยอาจสรุปได้ถึงมูลเหตุสำคัญหลัก ๆ 4 ประการ (Chuangsatiansup et al., 2023) คือ

1. ทิศทางการวิจัยถูกควบคุมด้วยวิธีคิดแบบรัฐเป็นศูนย์กลาง วิธีคิดนี้ถือว่าความรู้จากการวิจัยที่รัฐให้การสนับสนุนจะต้องเป็นไปเพื่อรับใช้การดำเนินนโยบายตามที่รัฐกำหนด ความรู้เชิงวิพากษ์และการวิจัยพื้นฐานที่ไม่ได้เป็นประโยชน์โดยตรงต่อรัฐจึงมักไม่ได้รับการสนับสนุน

2. นโยบายการวิจัยมองคุณค่าของสังคมศาสตร์แบบจำกัด โดยมองว่าสังคมศาสตร์มีคุณค่าเพียงคอยรับใช้ให้การดำเนินนโยบายดังกล่าวเป็นไปอย่างได้ผล สังคมศาสตร์ไม่จำเป็นต้องมีสติปัญญาอะไรมากมาย แค่สามารถสนองต่อนโยบายด้วยการนำเสนอทางออกเชิงเทคนิคให้กับปัญหาที่ระบุไว้ล่วงหน้าแล้วก็เพียงพอ

3. ระบบวิจัยและปัจจัยแวดล้อมไม่เอื้อต่อการสร้างองค์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ ปัจจัยและเงื่อนไขในระบบมหาวิทยาลัย เช่น ภาระการสอน ระบบการจ้างงาน และการประเมินผลงานตลอดจนระบบการจัดการทุนวิจัยในแต่ละมหาวิทยาลัย ล้วนมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการทำงานวิจัย การบริหารแบบรวมศูนย์และเป็นแบบราชการ ทำให้ขาดประสิทธิภาพ ขาดความโปร่งใส และไม่เปิดโอกาสให้นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ที่มีหลากหลายสาขามีส่วนร่วม นอกจากนั้น ระบบอุปถัมภ์และระบบอาวุโสยังทำให้เกิดการผูกขาด การเล่นพรรคเล่นพวกและการใช้เส้นสาย ทำให้ระบบประเมินคุณภาพไร้คุณภาพ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยเชิงระบบที่เป็นอุปสรรคต่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์



4. ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่กำกับขาดความเข้าใจ ระบบบริหารองค์กรสมัยใหม่ที่เน้นการจัดการแบบกลไกใช้อำนาจของเหตุผล ประเมินผลด้วยตัวชี้วัดที่วัดได้ในเชิงปริมาณ รวมทั้งการให้คุณค่าของสังคมที่มักเหมารวมว่านักวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะแพทย์ วิศวกร หรือนักวิชาการสายวิทยาศาสตร์มีความเก่งเฉลียวฉลาด มักได้รับโอกาสในการบริหารงานวิชาการมากกว่าวิชาชีพด้านสังคมศาสตร์ การบริหารงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ควรมีการคัดสรรผู้บริหารที่เป็นนักสังคมศาสตร์หรืออย่างน้อยมีความเข้าใจสังคมศาสตร์อย่างเพียงพอในการบริหารจัดการระบบสนับสนุนการวิจัยทางสังคมศาสตร์

หลักการที่จำเป็นสำหรับการออกแบบภูมิทัศน์ใหม่

ระบบการสนับสนุนการวิจัยเป็นระบบที่ซับซ้อน มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและมีวัฒนธรรมการทำงานที่สืบทอดต่อกันมา การปรับรื้อระบบจึงเป็นเรื่องยากและต้องทำด้วยความรอบคอบ หลักการหรือแนวคิดที่ถูกต้องจะเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญและเป็นหลักประกันว่าการออกแบบภูมิทัศน์ใหม่ของระบบวิจัยจะสามารถตอบโจทย์การวิจัยด้านสังคมศาสตร์และเป็นกลไกที่จะส่งเสริมการสร้างความรู้และคุณค่าทางวิชาการด้านสังคมศาสตร์ให้เกิดเป็นคุณภาพการต่อสังคม หลักการสำคัญสำหรับการปรับปรุงระบบสนับสนุนการวิจัยสังคมศาสตร์สามารถแบ่งได้เป็น 5 ข้อ (Chuengsatiansup et al., 2023) ดังนี้

1. หลักความแตกต่างหลากหลายของความรู้ เริ่มจากความเข้าใจโลกที่ซับซ้อน สังคมที่มีหลายมิติ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และมนุษย์ที่มีความเป็นไปได้อย่างไม่รู้จบ จึงจำเป็นต้องมีความรู้ทั้งทางวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ ซึ่งต่างมีคุณค่าและคุณภาพการต่อสังคมแตกต่างกัน

2. หลักความแตกต่างหลากหลายของคุณค่าและการใช้ประโยชน์ ที่ประโยชน์ของความรู้เป็นไปได้หลากหลายลักษณะ ประโยชน์ที่หลากหลาย



เกิดจากผู้กระทำการที่หลากหลายที่ใช้ความรู้ด้วยวัตถุประสงค์แตกต่างกัน รัฐไม่ได้เป็นผู้ผูกขาดในการกำหนดว่าความรู้จะถูกใช้ประโยชน์อย่างไร

3. หลักความสอดคล้องของระบบสนับสนุนกับธรรมชาติของความรู้ มองว่าความรู้ทางสังคมศาสตร์แตกต่างจากวิทยาศาสตร์ ตั้งแต่พื้นฐานทางญาณวิทยา ภาววิทยาและวิธีวิทยาของการสร้างและตรวจสอบความรู้ ความรู้ที่แตกต่างกัน จำเป็นต้องใช้ระบบการสนับสนุนที่แตกต่างให้เหมาะสมกับธรรมชาติของความรู้ รวมทั้งลักษณะเฉพาะของวิธีคิดและแบบแผนการปฏิบัติของแต่ละสาขา

4. หลักธรรมาภิบาลของระบบวิจัย ระบบสนับสนุนการวิจัยจะต้องมีรากฐานธรรมาภิบาลที่ดี ทั้งด้านประสิทธิภาพ (efficiency) ความโปร่งใส (transparency) การมีส่วนร่วม (participation) และการพร้อมรับผิดชอบ (accountability) เพื่อแก้ปัญหาความไร้ประสิทธิภาพจากภาระเอกสาร ระบบอุปถัมภ์ และการผูกขาดการตัดสินใจ

5. หลักการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบนิเวศการเรียนรู้ ระบบการสนับสนุนการวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกันของระบบการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา ระบบทุนวิจัยในมหาวิทยาลัย การประเมินผลและการขอตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น รวมทั้งระบบการใช้ข้อมูลความรู้ในการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับสาธารณะ การส่งเสริมงานวิจัย จึงแยกไม่ออกจากการสร้างชุมชนนักวิชาการให้เข้มแข็งพร้อม ๆ กับการปรับระบบนิเวศการเรียนรู้ให้เข้มแข็งควบคู่กันไป

ข้อเสนอเพื่อการสร้างภูมิทัศน์ใหม่

นอกเหนือไปจากการวางหลักการที่จำเป็นสำหรับการออกแบบภูมิทัศน์ใหม่ทั้ง 5 ข้อแล้ว แนวทางในการปฏิบัติที่เป็นไปได้ในการออกแบบภูมิทัศน์ใหม่ของการวิจัยสังคมศาสตร์บนหลักการข้างต้นจำเป็นต้องดำเนิน



มาตรการสำคัญ (Chuengsatiansup et al., 2023) ดังต่อไปนี้

1. จัดทำและประกาศ “วาระการวิจัยด้านสังคมศาสตร์” ที่มีความชัดเจนว่าเน้นการส่งเสริมความแตกต่างหลากหลายของความรู้ทางสังคมศาสตร์ที่สะท้อนคุณค่าและมุ่งดำเนินการเพื่อยกระดับสถานะของความรู้ด้านสังคมศาสตร์ให้ทัดเทียมกับความรู้ด้านวิทยาศาสตร์

2. ปรับแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2566-2570 จากการเน้นการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ มาให้ความสำคัญกับมิติทางสังคม วัฒนธรรมและความเป็นมนุษย์ให้เด่นชัดควบคู่กันไป โดยกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการวิจัย เช่น สนับสนุนแนวคิดแบบมนุษยนิยม (Humanistic) ให้ทัดเทียมกับการวิจัยตามแนวคิดแบบปฏิฐานนิยม (Positivistic) และส่งเสริมการวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) ให้มากขึ้น ทัดเทียมกับการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research)

3. จัดทำโครงการใช้ประโยชน์จากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ที่ระบุกรอบและแนวทางการส่งเสริมคุณค่าและการใช้ประโยชน์จากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ให้กว้างกว่าการใช้สังคมศาสตร์เพื่อรับนโยบายของภาครัฐ และมากกว่าความรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ พาณิชย และอุตสาหกรรม เช่น ความรู้เพื่อความเข้าใจทางสังคมและความเป็นมนุษย์ ความรู้เพื่อการตรวจสอบอำนาจ สร้างความตื่นรู้ของพลเมือง การเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ไม่จำเป็นต้องแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมถึงการตระหนักรู้เท่าทันอคติและความเหลื่อมล้ำในสังคม

4. ปฏิรูปองค์กรสนับสนุนการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ด้วยการจัดตั้งกองทุนและหน่วยบริหารงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ใหม่เพิ่มเติมขึ้น เพื่อให้เกิดการแข่งขันและเพื่อการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสำหรับความรู้ด้าน



สังคมศาสตร์ที่มีอยู่หลากหลายสาขา ปรับบทบาทของหน่วยบริหารจัดการทุนที่ทำงานด้านสังคมศาสตร์ให้ทำงานเชิงรุกในการสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้มากขึ้น สนับสนุนการรวมตัวเป็นสมาคมหรือองค์กรที่ทำงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์ สร้างกลไกการทำงานร่วมกับหน่วยงานวิจัยในมหาวิทยาลัย รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือทางวิชาการข้ามพรมแดนของสาขาวิชาการและข้ามพรมแดนของประเทศ

5. สร้างระบบติดตามและประเมินการส่งเสริมความหลากหลายของความรู้และการใช้ประโยชน์ของสังคมศาสตร์ เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อติดตามการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยให้แนวทางและคุณค่าของความรู้ภายในระบบมีสัดส่วนที่สมดุลกันมากขึ้น

6. สร้างธรรมาภิบาลของระบบวิจัย ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านการวิจัยของประเทศ โดยการปรับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการสนับสนุนวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม ให้เน้นการติดตามและประเมินด้านธรรมาภิบาลขององค์กร

การสร้างสรรค์สื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิก

แอนนา คริสตินา เพอร์เทียร์รา (Anna Cristina Pertierra) (Pertierra, 2018) บอกว่านอกจากงานวิจัยแล้ว นักมานุษยวิทยาสามารถสร้างเรื่องเล่าคู่ขนานผ่านการผลิตสื่อเพื่อให้ผลงานวิจัยเป็นที่รับรู้และแพร่หลายในหมู่สาธารณชนได้ เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการยกระดับข้อค้นพบให้พ้นไปจากกำแพงของการเผยแพร่โดยจารีตของความเป็นวิชาการที่เข้มข้น เพื่อเผยแพร่การวิจัยโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม การสร้างสรรค์สื่อวิถีทัศน์



โมชันกราฟิกต้นไม้งามสังคมศาสตร์จึงเป็นการนำเนื้อหางานวิจัยมาพัฒนาเป็นสื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิก เนื้อหาหลักที่จะใช้ในการเล่าเรื่องผ่านวิถีทัศน์คือบทสรุปภาพรวมของรายงานโครงการ โดยผู้เขียนซึ่งรับผิดชอบการเขียนบทและการเล่าเรื่องของสื่อวิถีทัศน์ จะแบ่งการวิจัยในบทความนี้ออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การวางแผนงานและออกแบบโครงเรื่อง การกำหนดตัวอุปกรณ์และคัดเลือกคำที่ใช้สื่อสาร การเล่าเรื่องและผลิตวิถีทัศน์

การวางแผนงานและออกแบบโครงเรื่อง

การวางแผนและออกแบบโครงเรื่องเป็นขั้นตอนแรกก่อนที่จะทำการผลิต การผลิตสื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้งามสังคมศาสตร์” มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสื่อสารและบอกเล่าสถานการณ์ของแวดวงการวิจัยด้านสังคมศาสตร์จากผลการดำเนินโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้นสองแสนบาทจากเงินทุนสนับสนุนในโครงการดังกล่าว เป้าหมายในการสื่อสารของสื่อวิถีทัศน์คือนักวิจัยและนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ทุกสาขาวิชา ตลอดจนผู้บริหารงานวิจัยและมหาวิทยาลัย อาทิ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้สื่อวิถีทัศน์โมชันกราฟิกสามารถสื่อสารไปถึงบุคคลนอกแวดวงการวิจัย รวมไปถึงบุคคลทั่วไปได้อย่างราบรื่น กำหนดเวลานำเสนอจะใช้เวลาไม่เกิน 4 นาทีเพื่อให้การสื่อสารผลการวิจัยมีความกระชับ การเขียนบทของสื่อวิถีทัศน์ดังกล่าวจึงเป็นการบอกเล่าเรื่องราวผ่านภาพอนิเมชันเคลื่อนไหวประกอบเสียงดนตรี และต้องพิจารณาให้เนื้อหาที่น่าสนใจวางอยู่บนข้อมูลสำคัญจากรายงานการวิจัยของโครงการ แต่ไม่ลงรายละเอียดมากเกินไปเพื่อป้องกันการเกิดภาวะข้อมูลท่วม



ทัน (Information Overload) ซึ่งจะส่งผลต่อความยุ่งยากในการเข้าใจประเด็น สื่อสารและการปฏิเสธการรับสาร

ผู้เขียนทำการเขียนบทเพื่อออกแบบโครงเรื่องกว้าง ๆ โดยอิงจาก ข้อมูลรายงานของโครงการ เนื้อหาสำคัญของผลการวิจัยจะถูกแปลงเป็น โครงสร้างของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” 4 ช่วงหลัก ดังต่อไปนี้

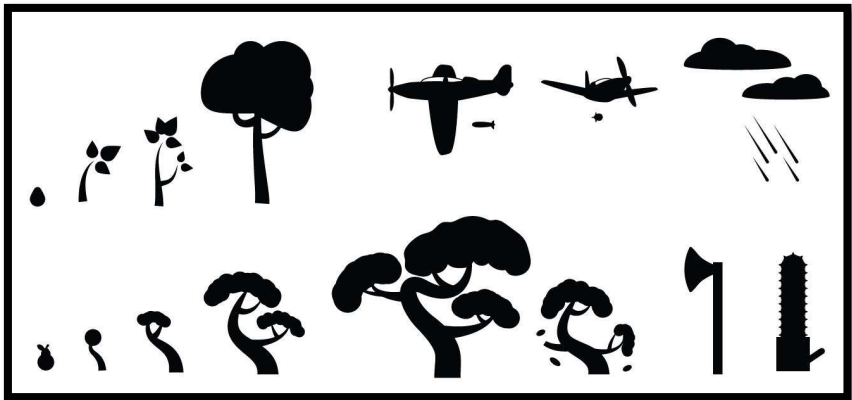
1. บริบททางประวัติศาสตร์ของสังคมศาสตร์ โดยอธิบายให้เห็น จุดกำเนิดและการเดินทางของสังคมศาสตร์มาถึงประเทศไทยในช่วงสงครามเย็น
2. สภาพปัญหาของสังคมศาสตร์ในปัจจุบัน โดยอธิบายให้เห็นปัจจัย แบบต่าง ๆ ในสังคมไทยที่เข้ามาหักล้างคุณค่าที่หลากหลายจนเหลือแต่เพียง คุณค่าบางด้านซึ่งได้รับการสนับสนุนจากระบบวิจัย
3. ข้อเสนอต่อหลักการที่จำเป็นสำหรับการออกแบบภูมิทัศน์ใหม่ โดย มุ่งอธิบายให้เห็นความสำคัญของการสนับสนุนการวิจัยด้านสังคมศาสตร์บน หลักการข้างต้น
4. อนาคตที่เป็นไปได้ของการพัฒนาระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ซึ่งจะนำไปสู่การวางรากฐานและความองงามของสังคมบนพื้นฐานของความ รู้ทางสังคมศาสตร์

การกำหนดตัวอุปลักษณ์และคัดเลือกคำที่ใช้สื่อสาร

หลังจากกำหนดโครงเรื่องหรือโครงสร้างที่จะใช้เล่าเรื่องในสื่อวีดิทัศน์ โมชันกราฟิกแล้ว รายละเอียดต่อไปคือการกำหนดตัวอุปลักษณ์ที่จะใช้สื่อสาร ซึ่งจะประกอบย่อยลงมาจากโครงเรื่อง องค์ประกอบเหล่านี้จะแสดงตัว ในแง่ของสัญลักษณ์แทนตัวกระทำต่าง ๆ ในการเล่าเรื่อง อาทิ ใช้ต้นไม้แทน สังคมศาสตร์ที่มีการเติบโตและการใช้ประโยชน์หลากหลาย ใช้เครื่องบินรบสื่อ



ถึงยุคสงครามและสร้างบริบทการเติบโตของสังคมศาสตร์ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ รวมถึงใช้พายุคนคนองสื่อถึงอุดมการณ์ทุนนิยม เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมที่เข้ามากระทำการเติบโตและการใช้ประโยชน์ของต้นไม้สังคมศาสตร์ โดยการแทนกันได้ของตัวอุปลักษณะต่อการกระทำในเหตุการณ์ต่าง ๆ ของเรื่องเล่าจะทำงานผ่านระบบสัญลักษณ์ที่ประกอบไปด้วยชุดของคุณค่า และความหมายในกระบวนการตีความของมนุษย์ในฐานะผู้ชม (Coman & Rothenbuhler, 2005)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างตัวอุปลักษณะของตัวกระทำต่าง ๆ ในสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้สังคมศาสตร์

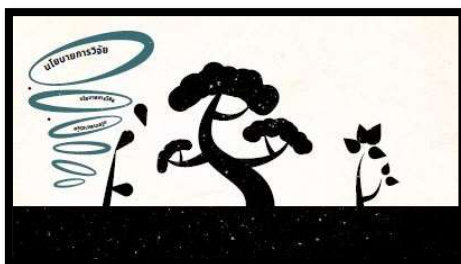
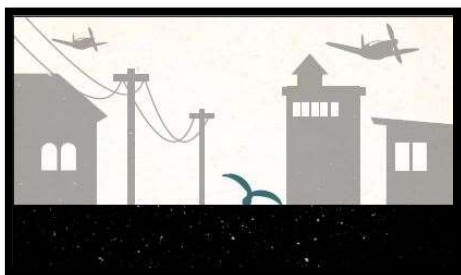
นอกจากตัวอุปลักษณะแล้ว องค์ประกอบอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารคือถ้อยคำที่จะกำกับและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง โดยจะคัดเลือกเป็นประโยคหรือคำสั้น ๆ ประกอบลงไปนสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก เช่น สังคมศาสตร์ คุณค่าของความรู้ที่หลากหลาย ปณิธานนิยม มนุษย์นิยม การวิจัย

พื้นฐานการวิจัยประยุกต์ มิติความรู้ นโยบาย ธรรมชาติ และนิเวศการเรียนรู้
เป็นต้น

การเล่าเรื่องในสื่อวีดิทัศน์

เมื่อกำหนดโครงเรื่องและรายละเอียดของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกแล้ว ลำดับต่อไปคือการเล่าเรื่องที่จะใช้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระของงานวิจัยและสามารถสื่อสารให้เข้าใจง่าย โดยจะเริ่มจากคำถามว่า “เกิดอะไรขึ้นกับสังคมศาสตร์ในประเทศไทย” เพื่อเปิดเป็นคำถามสำหรับผู้ชมและใช้เป็นตัวนำเนื้อหาที่จะเล่าต่อไป จากนั้นจะเล่าถึงต้นกำเนิดและการเดินทางของสังคมศาสตร์มาถึงประเทศไทยในช่วงสงครามเย็นในโครงเรื่องส่วนแรก เมล็ดของต้นไม้สังคมศาสตร์ที่ปลิวมาจากต้นแม่ในโลกตะวันตกและเติบโตขึ้นในประเทศไทยจะเป็นตัวกระทำหลักในส่วนนี้ ต่อมาในส่วนของโครงเรื่องส่วนที่สอง จะเล่าถึงสภาพปัญหาของสังคมศาสตร์ในปัจจุบันที่ถูกจำกัดการใช้ประโยชน์ ตัวกระทำส่วนนี้คือพายุของระบอบราชการ ระบบทุนนิยม และนโยบายการวิจัยที่เข้ามาทำให้การใช้ประโยชน์ของสังคมศาสตร์ซึ่งแสดงตัวผ่านกิ่งก้านสาขาของต้นไม้สังคมศาสตร์หักโค่นลง จากนั้นจึงอธิบายให้เห็นความสำคัญของการสนับสนุนการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ตัวกระทำในโครงเรื่องส่วนนี้คือมือของผู้ดูแลระบบวิจัยที่จะดูแลต้นไม้สังคมศาสตร์อย่างเข้าใจธรรมชาติของความรู้ และในที่สุดท้ายจะทำให้ภาพอุปมาถึงภูมิทัศน์ใหม่ของสังคมศาสตร์ที่เจริญงอกงาม ที่ต้นไม้จะออกดอกผลและแผ่ขยายคุณค่าต่อสังคมออกไป





ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่างบางส่วนจากสตอรี่บอร์ดที่ใช้วางการเล่าเรื่องของวิดีโอ
ทัศน์โมชันกราฟิก

ผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์ข้อแรกของบทความนี้ การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกมีเป้าหมายในการสื่อสารผลการดำเนินโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แนวคิดเรื่องศาสตร์การเล่าเรื่องมิใช่แค่เพียงวิเคราะห์การเล่าเรื่องที่ถูกเล่าได้เพียงอย่างเดียว แต่หากยังสามารถนำมาใช้ในการเล่าเรื่องในทางกลับกันก็ได้ ข้อเสนอเรื่องการขยายศาสตร์การเล่าเรื่องจากการเล่าในเชิงวรรณกรรมไปสู่สื่อแบบอื่น ๆ ของไรอัน (Ryan, 2001) ได้เปิดที่ทางให้กับ การสร้างสรรค์เรื่องเล่าผ่านสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกนี้ และดังที่เครสเนอร์ (Krasner, 2008) เสนอว่าสาระสำคัญของโมชันกราฟิกคือความสามารถในการสื่อสารแนวคิดที่ซับซ้อนในลักษณะที่ดึงดูดสายตาและมีชีวิตชีวา ข้อมูลเชิงลึกจากงานวิจัยที่จะชี้ให้เห็นปัญหาที่ซับซ้อนเกี่ยวกับภูมิทัศน์ของสังคมศาสตร์ในระบบวิจัยจึงสามารถนำมาใช้สื่อสารได้อย่างน่าสนใจและวางอยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย การใช้โมชันกราฟิกในการบอกเล่าเรื่องราวตามวัตถุประสงค์ข้อที่สอง จึงไม่ใช่เพียงบอกเล่าผ่านเนื้อหาของภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเรียงลำดับ จังหวะ และการเปลี่ยนผ่านระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอผ่านการเล่าด้วย การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกวางอยู่บนอาศัยการเคลื่อนไหวของภาพและข้อความเพื่อโน้มน้าว ให้ข้อมูล และให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ผ่านการผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ ในการสร้างประสบการณ์ที่สามารถดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ชมได้ คุณลักษณะเช่นนี้ทำให้โมชันกราฟิกต้นไม้งานสังคมศาสตร์มีค่าอย่างยิ่งในการนำเสนอและเผยแพร่ผลการวิจัยในรูปแบบที่แตกต่างจากสื่อชนิดอื่น ๆ





ภาพที่ 4 คิวอาร์โค้ดเข้าชมผลการสร้างสรรค์สื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้สังคมศาสตร์เพื่อบอกเล่าและสื่อสารข้อค้นพบจากการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

หลังจากผลิตสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้สังคมศาสตร์สำเร็จแล้ว การทำงานของสื่อเพื่อบอกเล่าผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงชีวิตทางสังคม ในแง่ที่สื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือหรือช่องทางในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารในตัวเองด้วย โลลา อาบู-ลูฮอด (Lila Abu-Lughod) และคณะ (Abu-Lughod et al., 2002) อธิบายว่ามานุษยวิทยาสื่อให้ความสำคัญกับบทบาทของสื่อในการสื่อสารตั้งแต่การผลิต การเผยแพร่ ไปจนถึงการบริโภค ภายใต้คำถามว่าปฏิบัติการของสื่อมีอิทธิพลต่อมุมมองทางสังคมของผู้คนได้อย่างไร เทคโนโลยีสื่อที่พัฒนาขึ้นได้สร้างรูปแบบใหม่ ๆ ของการเข้าถึงและการโต้ตอบของผู้รับสาร แพลตฟอร์มใหม่ ๆ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสให้สื่อที่พยายามนำเสนอเรื่องราวที่จะนำไปสู่การสร้างเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น (Benkler, 2006) เช่นเดียวกับที่ธอมป์สัน (Thompson, 1995) ให้คำอธิบาย สื่อวิทัศน์โมชันกราฟิก “ต้นไม้สังคมศาสตร์” จึงก่อให้เกิดพื้นที่สาธารณะที่มีสื่อกลาง ในการสื่อสารสภาพ



ปัญหาของระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ การสร้างความรับรู้เหล่านี้ต้องอาศัยการสร้างวาทกรรมสาธารณะผ่านเรื่องเล่าในสื่อเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนและสร้างความเปลี่ยนแปลงในลักษณะต่าง ๆ ได้

การเปิดตัวโมชันกราฟิกต้นไม้สังคมศาสตร์เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2567 หลังการแถลงผลการวิจัยในเวทีสัมมนา ได้รับเสียงตอบรับอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้เข้าร่วมการสัมมนา อีกทั้งยังสร้างความตระหนักรู้ถึงสภาพปัญหาเบื้องต้นของระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์ของไทยให้กับเครือข่ายนักวิจัยสังคมศาสตร์อีกด้วย ภายหลังการสัมมนาเสร็จสิ้นลง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้นำสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกไปฉายต่อในโอกาสต่าง ๆ อาทิ การอบรมการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ (SF) ด้านสังคมศาสตร์แก่หน่วยบริหารและจัดการทุน (PMU) ตลอดจนทุนสนับสนุนงานวิจัยมูลฐาน (FF) สำหรับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ศักยภาพของสื่อวีดิทัศน์ต้นไม้สังคมศาสตร์จึงเริ่มปรากฏตัวในการสื่อสารที่มากขึ้นไปกว่าวัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์กำหนดไว้เพียงเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย

ด้วยความสำเร็จที่ปรากฏขึ้นของสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกในระบอบของคุณค่าของแวดวงการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ “ต้นไม้สังคมศาสตร์” จึงถือเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาาระบบวิจัยจากทั้งภายใน คือแหล่งทุน และภายนอก คือชุมชนวิชาการ ไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะในแง่ของการขับเคลื่อนข้อเสนอเรื่องการจัดทำและประกาศวาระการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ การปรับแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2566-2570 และการจัดทำโครงร่างการใช้ประโยชน์จากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ ซึ่งศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) ได้ดำเนินการต่อเนื่องร่วมกับเครือข่ายนักวิจัยด้าน



สังคมศาสตร์ โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม การอธิบายให้เห็นการประกอบสร้างและชีวิตทางสังคมของสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกในวัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งของบทความนี้จึงชี้ให้เห็นว่า แม้ตัวสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกจะถูกสร้างขึ้นเพียงเพื่อสื่อสารผลการวิจัยเพียงอย่างเดียว แต่คุณสมบัติของสื่อ เนื้อหาสาระ และการเล่าเรื่อง ได้ทำให้เกิดชีวิตทางสังคมในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบวิจัยด้านสังคมศาสตร์เป็นของตนเอง จุดมุ่งหมายในการสื่อสารผลการวิจัยไปสู่ นักวิจัยและนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ของสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกด้านสังคมศาสตร์ จึงให้ผลสะท้อนกลับในการสร้างความเข้าใจและร่วมมือกันในการขับเคลื่อนข้อเสนอเพื่อออกแบบภูมิทัศน์ใหม่ของการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากความสำเร็จของสื่อวิทัศน์โมชันกราฟิกต้นไม้สังคมศาสตร์ บทความนี้จะให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานในระบบสนับสนุนการวิจัย และสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการกระตุ้นและส่งเสริมให้นักวิจัยด้านสังคมศาสตร์ หรืออาจรวมถึงวิทยาศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ใช้โมชันกราฟิกเป็นเครื่องมือเผยแพร่ผลงานวิจัยมากขึ้น เพราะการใช้สื่อโมชันกราฟิกสามารถทำให้แนวคิดที่ซับซ้อนเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ชมทั้งในนอกแวดวงวิชาการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของสาธารณชนที่มีต่อการวิจัยได้มากขึ้น

2. ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างนักสังคมศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเพื่อร่วมกันสร้างเนื้อหาและสื่อในการเผยแพร่ผลงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3. ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มส่งเสริมการใช้โมชันกราฟิกเพื่อสื่อสารงานวิจัยแบบโต้ตอบ ที่จะช่วยให้ผู้ชมสามารถสำรวจผลงานวิจัยได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น เช่น อาจมีแบบทดสอบที่ฝังไว้หลังการรับชมเพื่อประเมินความเข้าใจผลงานวิจัย หรือให้ลิงก์ไปยังรายงานฉบับสมบูรณ์ของงานวิจัยเพื่อสามารถศึกษาค้นคว้าต่อได้อย่างละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบคุณนายแพทย์โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ หัวหน้าโครงการสำรวจภูมิทัศน์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์ เพื่อพัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่ให้การสนับสนุน อำนวยความสะดวก และให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิก ต้นไม้สังคมศาสตร์ รวมถึงคุณกวิน สิริจันทกุล ผู้กำกับและอำนวยการผลิต ที่ช่วยให้การแปลงผลการวิจัยของโครงการเป็นเรื่องเล่าในสื่อวีดิทัศน์โมชันกราฟิกปรากฏเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- Abu-Lughod, L., et al. (2002). *Media worlds: Anthropology on new terrain*. CA: University of California Press.
- Appadurai, A. (2014). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. CT: Yale University Press.



- Betancourt, M. (2013). *The history of motion graphics*. NY: Wildside Press.
- Chaloemtiarana, T. (2007). *Thailand: The politics of despotic paternalism*. NY: Cornell University Press.
- Chuengsatiansup, K., et al. (2023). *Social science knowledge landscape survey project for science, research and innovation system development*. Full Report. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organisation).
- Coman, M., & Rothenbuhler, E. W. (2005). The promise of media anthropology. In *Media Anthropology*. CA: Sage.
- Crotty, M. (1998). *The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process*. London: Sage.
- Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(supplement 4), 13614-13620.
- Ginsburg, F. (1991). Indigenous media: Faustian contract or global village? *Cultural Anthropology*, 6(1), 92-12.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*, translated by Thomas burger and Frederick Lawrence. MA: MIT Press.



- Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, archaeology, art and architecture*. NY: Routledge.
- Kijvisala, K. (2021). Narratology in communication studies. *Journal of Journalism, Thammasat University*, 3(17), 9-85.
- Krasner, J. (2008). *Motion graphic design: Applied history and aesthetics*. MA: Focal Press.
- Kunawut, A. (Ed.). (2016). *The path of research in the ocean of knowledge*. Bangkok: Thailand Research Fund.
- Larkin, B. (2008). *Signal and noise: Media, infrastructure, and urban culture in Nigeria*. NC: Duke University Press.
- Meadows, D. (2003). Digital storytelling: Research-based practice in new media. *Visual Communication*, 2(2), 189-193.
- Melvin, C. L., et al. (2020). Communicating and disseminating research findings to study participants: Formative assessment of participant and researcher expectations and preferences. *Journal of Clinical and Translational Science*, 4(3), 233-242.
- Pertierra, A. C. (2018). *Media anthropology for the digital age*. NJ: Wiley.
- Ryan, M. (2001). *Narrative as virtual reality: Immersion and interactivity in literature and electronic media*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.



- Shaw, A. (2016). *Design for motion: Fundamentals and techniques of motion design*. NY: Routledge.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- Vejvarabhorn, V. (Ed.). (2023). *SAC report the landscape of thai social sciences: Status, value, and development directions*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization).
- Walker, E. B., & Boyer, D. M. (2018). Research as storytelling: the use of video for mixed methods research. *Video J. of Educ. and Pedagogy*, 3(8).
- Wang, T. (2019). *Use video to disseminate: How to produce a video for a research project?* Stockholm: School of Electrical Engineering and Computer Science.



บทความวิจัย

การประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน:

กรณีเฟซบุ๊ก กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม

วันฤดี สุขสงวน¹ และ วัฒนา ชยธวัช²

Received 17 November 2024

Revises 15 December 2024

Accepted 23 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน กรณี Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม ประชากรคือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 1,688 ราย กลุ่มตัวอย่าง 342 ราย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกผ่านออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ Facebook Page และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และสหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุ 18-25 ปี และการศึกษาในระดับปริญญาตรี รู้จักเพจจากการแนะนำของเพื่อน และโฆษณา ติดตามเพจ 1-2 ครั้ง ต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อสินค้า และ Facebook Page ในระดับมาก ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพสินค้า และความน่าเชื่อถือ สื่อที่สนใจคือรูปภาพ ข้อความ และวิดีโอ ช่วงเวลาที่ใช้งานคือ 13.00-20.00 น. วันอาทิตย์เป็นวันที่มีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด ประเภทสินค้าที่ขายครอบคลุมหลากหลาย เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ชำระล้าง และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มความ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต *Corresponding Author E-mail wanrudee.s@rsu.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ดร., คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี



น่าสนใจและความทันสมัยของเนื้อหา และความเป็นสากลโดยใช้ภาษาอังกฤษ
ตลอดจนปรับปรุงรูปแบบโพสต์ให้ดึงดูดความสนใจ และน่าเชื่อถือ รวมถึงเพิ่ม
การแชร์ และการยิงโฆษณาเพื่อเพิ่มการมองเห็น การพัฒนาเหล่านี้ช่วย
เสริมสร้างการเติบโตและการเข้าถึงให้มากขึ้น

คำสำคัญ: การประเมิน, การขาย, วิสาหกิจชุมชน, สื่อสังคมออนไลน์, เฟซบุ๊ก
กลุ่มสาระณะ



EVALUATION OF THE USE OF SOCIAL MEDIA IN SELLING COMMUNITY PRODUCTS: THE CASE OF FACEBOOK, PUBLIC GROUP, COMMUNITY PRODUCTS, PATHUM PEOPLE

Wanrudee Suksanguan¹ and Vadhana Jayathavaj²

Abstract

This research aimed to evaluate the use of social media in selling community products, the case of Facebook, public groups, community products, Pathum people. The population was the number of members in the group of 1,688 users. The sample size is 342 users with online convenience sampling method. Instruments used in the research include Facebook Page and questionnaires. Statistics used in the research including frequency count, percentage and correlation. The research found that most users were 18-25 years old and a bachelor's degree education, get to know the page from friends' recommendations and advertisements, follow the page 1-2 times per month. There is a high level of satisfaction with the product and Facebook Page. Important factors that affected the decision to purchase products include supporting the community

¹ Faculty of Accountancy, Rangsit University E-mail : wanrudee.s@rsu.ac.th ²

² Faculty of Allied Health Sciences, Pathumthani University

economy, product quality, and reliability. Media of interest was images, text, and video. Active hours were 1:00-8:00 p.m. Sunday was the most interactive day. The types of products sold cover a wide range such as food, beverages, cosmetics, and cleaning products. and handicraft products. The suggestions were to increase interest and modernity of content, and internationalization by using English, and improved the post format to attract attention and reliable including increasing sharing and shooting advertisements to increase visibility. These developments enhance growth and greater access.

Keywords: Evaluation, Selling, Community enterprise, Online social media, Facebook public group



บทนำ

วิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันมีปัญหาด้านช่องทางการตลาดในการส่งเสริมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Onsamlee, 2020) และยังขาดทักษะในการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อพัฒนาศักยภาพในการจำหน่าย (Tancharoen, 2024) ถึงแม้ว่าช่องทางออนไลน์ได้เปิดโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ แต่วิสาหกิจชุมชนจำนวนมาก ก็ยังมีปัญหาในการจัดทำและนำเสนอเนื้อหา (Content) ในการแสดงรายละเอียดของสินค้าและจัดทำภาพเพื่อการสื่อสารที่น่าสนใจ ตลอดจนขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Pinsam & Kasornbua, 2023) ประกอบกับการขาดทรัพยากรและความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดให้สินค้าและบริการของตนอย่างมีประสิทธิภาพ (Hassaro, 2021) จึงไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจได้ทั้ง ๆ ที่สินค้าของตนเป็นสินค้าที่เป็นภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และมีคุณภาพที่สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน (Putpun & Sanedee, 2023) หากผู้ประกอบการไม่ปรับตัวให้เข้ากับสังคมออนไลน์ก็อาจทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถดำรงอยู่ได้ ทำให้สูญเสียองค์ความรู้ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ

จากการสืบค้นข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีจำนวน 335 ราย เมื่อทำการสำรวจสินค้าบนโลกออนไลน์กับแพลตฟอร์ม Facebook พบว่า มีบางส่วนเท่านั้นที่มี Facebook แต่มีความเคลื่อนไหวน้อยไม่เป็นปัจจุบัน และมีผู้ติดตามไม่มากเท่าที่ควร และน้อยมากที่จะพบสินค้าของวิสาหกิจชุมชน มีโฆษณา หรือไลฟ์สด เนื่องจากวิธีการเหล่านี้เป็นทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้มีคนรู้จัก ติดตาม และสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ (Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension,



2024) การนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลายประกอบกับสถานการณ์ด้านการตลาดเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการแข่งขันสูงขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความแตกต่างหลากหลายวิธีการตลาดแบบเดิม ๆ ไม่สามารถทำให้จำหน่ายสินค้าได้อย่างในอดีต (Chunnapiya, 2022) ดังนั้นการตลาดดิจิทัลผ่านสื่อสังคม (Social Media) จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ควรนำมาใช้แก้ปัญหาดังกล่าว

การใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือช่วยให้ 1) เข้าถึงผู้ซื้อและขยายฐานลูกค้าได้จำนวนมาก 2) แพลตฟอร์มสื่อสังคมมีเครื่องมือการโฆษณาและการตลาดที่หลากหลายให้เลือกใช้ 3) มีความคุ้มค่าในการโฆษณาและส่งเสริมธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการทางการตลาดแบบดั้งเดิม และ 4) ช่วยให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมกับลูกค้าโดยตรงแบบทันที (Real Time) (Chunnapiya, 2022) เมื่อพิจารณาถึงความพร้อมและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในการทำการตลาดออนไลน์จากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ พบว่าขาดความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดและขาดความรู้ทางเทคโนโลยี ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence-AI) ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ผู้คนจำนวนมากสื่อสังคมในฐานะผู้ซื้อ ในขณะที่มีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งได้ใช้เป็นช่องทางในการแสวงหารายได้และประสบความสำเร็จ ช่องทางนี้ไม่ได้จำกัดชนชั้นวรรณะและอายุ ให้ทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกัน ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถสติปัญญา ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคน ดังนั้น ผู้วิจัยเกิดแนวคิดที่จะทำให้สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้วยการสร้าง Facebook กลุ่มสาธารณะ รวบรวมผู้ประกอบการหลาย ๆ ราย



ประกาศ (Post) ขายสินค้าในทีเดียวกัน เพื่อความหลากหลายของสินค้าและบริการ

ผู้วิจัยได้ทำการเปิด Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม โดยเน้น
ท้องที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นแหล่งรวมสินค้าที่ขายบนออนไลน์ ดังแสดงในภาพที่ 1
เมื่อ พฤษภาคม พ.ศ. 2567 หลังจากมีการอบรมเรื่อง ผู้เริ่มต้นขายผลิตภัณฑ์ผ่าน
Facebook ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
(สสส.) มีการหาสมาชิกโดยวิธี ยิงแอดโฆษณา และการแชร์ เมื่อดำเนินการมาจนถึงเดือน
ตุลาคม 2567 มีสมาชิกจำนวน 1,688 ราย ดังนั้น จึงทำการประเมินผลการดำเนิน
กิจกรรมของสมาชิกและทำการวิเคราะห์กิจกรรมบน Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้า
ชุมชน คนปทุม เพื่อวางแผนพัฒนา Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม
ให้เกิดกิจกรรมการเข้าถึงและการขายเพิ่มมากขึ้นต่อไป



สินค้าชุมชน คนปทุม

📍 กลุ่มสาธารณะ - สมาชิก 1.7 พัน คน

ภาพที่ 1 Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม



วัตถุประสงค์

เพื่อประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำหน่ายสินค้าชุมชน กรณี Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม รวมถึงประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อเสนอแนะนำไปพัฒนาต้นแบบสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน
2. เกิดช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook กลุ่มสาธารณะที่มีคุณภาพ
3. เพิ่มช่องทางสร้างรายได้ที่มีคุณภาพให้ชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

1. ความหมาย

1.1 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง องค์กรธุรกิจที่ชาวบ้านรวมตัวกันตั้งเป็นกลุ่มของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดและไปจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน มีการบริหารจัดการโดยชุมชน เอกลักษณะสำคัญคือการผสมผสานระหว่างการค้าเงินธุรกิจเพื่อผลกำไรและการพัฒนาสังคม ผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในการตัดสินใจ การดำเนินงาน และการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นสำคัญ (Secretariat Office of Community Enterprise Promotion Board, 2024) โดยมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1.1.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ



1.1.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ
ทรัพยากร ทุนแรงงานในชุมชน เป็นหลัก

1.1.3 ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน

1.1.4 เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล

1.1.5 ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ

อย่างเป็นระบบ

1.1.6 มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ

1.1.7 มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็น
เป้าหมาย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง คณะบุคคลที่รวมตัวกัน

1.2 การจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง กระบวนการทาง
การตลาดที่ใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการรับรู้ ปฏิสัมพันธ์
และดำเนินกิจกรรมทางการค้า โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับ
กลุ่มเป้าหมายผ่านการสื่อสาร 2 ทางคือ การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ และการ
สร้างชุมชนออนไลน์ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยใช้แพลตฟอร์ม
สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการ
สร้าง และแบ่งปันเนื้อหาโดยหวังให้ผู้ติดตามและแสดงความคิดเห็น อาจลงทุน
โฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ตราสินค้า
(brand) เพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์ แพลตฟอร์มสื่อ
สังคมหลัก ได้แก่ Facebook Instagram Twitter LinkedIn Pinterest
YouTube และ Snapchat เป็นต้น (Chunnapiya, 2022)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์



Srisunthron et al. (2021) ได้ใช้ Facebook เป็นช่องทางการจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายมี 2 ด้านหลัก คือ 1) การตลาดออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ควรสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ มีภาพเคลื่อนไหว วิดีโอสั้น ๆ ใช้ภาษาที่ดึงดูดความสนใจ ให้ข้อมูลสินค้าที่น่าเชื่อถือ มีการให้ข้อมูลสินค้าจากลูกค้า (Review) สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความพึงพอใจ และบริการที่ดี ให้เกิดการบอกต่อ และสร้างความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ด้วยการแสดงตัวตนผู้ขายสินค้าอย่างครบถ้วน และ 2) คุณภาพของระบบสารสนเทศ ระบบควรมีความเสถียร ใช้งานง่าย เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก มีความปลอดภัย ข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และปรับปรุงให้ทันสมัย (Update) อยู่เสมอ ตอบคำถามลูกค้ารวดเร็ว

Worapongpat, et al. (2020) ได้ทำการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์ โดยใช้ Facebook Page พบว่า มีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ แต่มีสิ่งที่ควรปรับปรุงคือ เนื้อหาที่น่าสนใจ การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย การแนะนำสินค้า การใช้ภาพ และเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุง แก้ไขปัญหาดังกล่าวได้สำเร็จ จนผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อ Facebook Page มากขึ้น

Worapongpat (2021) ได้พัฒนาสื่อ Facebook Fan Page ประชาสัมพันธ์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนและเป็นการส่งเสริมให้มีคนกดติดตามทาง Facebook Fan Page และ Instagram: วิสาหกิจชุมชนข้าวลุงริน Uncle Rin Rice และวัดผลด้วยการประเมินจากผู้พบว่า ความพึงพอใจด้านการพัฒนาตราสินค้า และเนื้อหาสื่อดิจิทัลอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ประสิทธิภาพของ Facebook



ประสิทธิภาพของ Facebook Page วัดจากหลาย ๆ ด้าน ที่สำคัญ

คือ

1. จำนวนผู้ติดตาม (Followers) จำนวนคนติดตามเพจมากขึ้น
2. จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนคนที่เห็นโพสต์มากขึ้น
3. จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) จำนวนคนกดไลก์ แชร์ คอมเมนต์ หรือตอบโต้กับโพสต์ ยิ่งมีการมีส่วนร่วมมาก แสดงว่าเพจน่าสนใจ
4. จำนวนคลิก (Clicks) จำนวนคนคลิกที่ลิงก์ในโพสต์ ไปดูเนื้อหา
5. จำนวนการแปลง (Conversions) จำนวนคนทำตามเป้าหมายที่ต้องการ เช่น ซื้อสินค้า ยิ่งมีคนทำตามเป้าหมายมาก แสดงว่าเพจมีประสิทธิภาพ (Aracharoenchai & Sunthonsathun, 2014)

2.3 ความพึงพอใจผู้ใช้ Facebook

ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มเพจของวิสาหกิจชุมชน ร้านบ้านสวนพันจิตร สามารถตอบสนองความต้องการของร้านค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความพึงพอใจกับการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ในด้านเนื้อหา องค์ประกอบการนำเสนอในระดับมากที่สุด แต่ด้านภาพและเสียงอยู่ในระดับมาก จึงควรได้รับการปรับปรุงต่อไป (Chamnangam et al., 2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่เริ่มเปิดใช้งานจนถึง 18 ตุลาคม พ.ศ. 2567 เกี่ยวกับจำนวนคนที่ดูกลุ่ม การมีส่วนร่วมจากจำนวนโพสต์ จำนวนความคิดเห็น และจำนวนแสดงความรู้สึก และการสำรวจผู้ใช้งานโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ



รวบรวมข้อมูล เลือกรวบรวมตัวอย่างแบบสะดวก เก็บรวบรวมจากกลุ่ม
ประชากรให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่ถูกส่งเข้าไปใน Facebook
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน คนปทุม

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ จำนวนสมาชิก
ใน Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม จำนวน 1,688 คน (ณ.
วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2567) คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน่
(Yamane, 1973) $n = N/(1+Ne^2)$ โดย ประชากร $N = 1,688$, ความคลาด
เคลื่อน $e = 0.05$ ดังนั้น ขนาดตัวอย่าง $n = 323$ คน
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน
คนปทุม ซึ่งประกอบด้วย ผู้ขาย ผู้ซื้อ และผู้สนใจทั่วไปที่เข้ามาชม
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยการวิเคราะห์ Facebook และ
การสำรวจผู้ที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คน
ปทุม
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่ เมษายน 2567 ถึง ตุลาคม 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ สหสัมพันธ์ และใช้เกณฑ์แปล
ความหมายตาม มาตรลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม



การวิเคราะห์ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม รายเดือนตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่เริ่มเปิดใช้งานจนถึง 18 ตุลาคม พ.ศ. 2567 เกี่ยวกับจำนวนคนที่ดูกลุ่ม การมีส่วนร่วมจากจำนวนโพสต์ จำนวนความคิดเห็น และจำนวนแสดงความรู้สึก ดังแสดงในตารางที่ 1 พบว่า

1.1 จากจำนวนคนที่เข้าดูกลุ่ม 7,315 ราย การมีส่วนร่วมที่สูงที่สุด คือ จำนวนการแสดงความรู้สึก, จำนวนโพสต์, และจำนวนความคิดเห็น 850 (11.62), 427 (5.84), และ 154 (2.11) ครั้ง (ร้อยละ) ตามลำดับ ซึ่งทั้งสี่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่มากกว่า 0.88 นัยสำคัญค่าพี (p-value) น้อยกว่า .05

1.2 จำนวนโพสต์ และความคิดเห็น มีความผันผวน คือการโพสต์และแสดงความคิดเห็นลดลง เช่น ในเดือน กรกฎาคม และสิงหาคม อาจบ่งบอกถึง การที่เนื้อหาภายในกลุ่มไม่ได้กระตุ้น การตอบสนอง การมีส่วนร่วมของสมาชิก

1.3 ในเดือน พฤษภาคม และกันยายน มีการเพิ่มขึ้นของการโต้ตอบ ทั้ง 3 รูปแบบ ซึ่งบ่งบอกถึงกิจกรรม หรือเนื้อหาที่สร้างความน่าสนใจ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ Facebook

เดือน	จำนวนคนที่ดูกลุ่ม	การมีส่วนร่วม		
		จำนวนโพสต์	จำนวนความคิดเห็น	จำนวนแสดงความรู้สึก
พฤษภาคม	2,510	176	77	430
มิถุนายน	2,129	78	24	170
กรกฎาคม	482	14	4	49
สิงหาคม	254	12	2	19



เดือน	จำนวนคนที่ดูกลุ่ม	การมีส่วนร่วม		
		จำนวนโพสต์	จำนวนความคิดเห็น	จำนวนแสดงความรู้สึก
กันยายน	1,555	140	42	161
18 ตุลาคม	385	7	5	21
รวม	7,315	427	154	850
ร้อยละ	100.00	5.84	2.11	11.62
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (นัยสำคัญ ค่าพินัยน้อยกว่า .05 ทุกรายการ)				
จำนวนโพสต์	0.89	-	-	-
จำนวนความคิดเห็น	0.88	0.97	-	-
จำนวนแสดงความรู้สึก	0.90	0.91	0.97	-

1.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบอื่น ๆ พบว่า

1.4.1 วันอาทิตย์เป็นวันที่สมาชิกโพสต์ และแสดงความคิดเห็น หรือความรู้สึก มากที่สุด โดยมีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 15 ครั้ง

1.4.2 ช่วงเวลาที่สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์มากที่สุดมักจะอยู่ในช่วงเวลา 13.00 น. เป็นต้นไป จนถึง 20.00 น.

1.4.3 ยอดการเข้าถึงเฉลี่ยต่อโพสต์ จำนวน 115.63 ครั้ง ซึ่งบ่งบอกถึงการมีส่วนร่วมในระดับที่คงที่ แม้ว่าจำนวนผู้เข้าชม และสมาชิกจะมีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา แต่กลุ่มยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากสมาชิก



1.4.4 จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ประกอบด้วยเพศหญิง 64% และเพศชาย 36% มีอายุตั้งแต่ 18 ปีจนถึงมากกว่า 65 ปี

1.4.5 ประเภทของสินค้าใน Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม ประกอบด้วย อาหารและเครื่องดื่ม ขนม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผสม ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องหอม ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และบริการด้านความบันเทิง

2. การสำรวจผู้ใช้งาน

การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ใช้ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม แบบสอบถามมีความสมบูรณ์จำนวน 342 ราย จากเดิมที่ประมาณการขนาดตัวอย่าง 323 ราย ทำให้ความคลาดเคลื่อนที่คำนวณไว้เดิมลดลงจาก 0.05 เล็กน้อยเหลือ 0.048 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 2 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกกลุ่มอายุและเพศ

อายุ	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำนวนคน			ร้อยละ		
ต่ำกว่า 20 ปี	44	38	82	29.93	19.49	23.98
20-25 ปี	89	135	224	60.54	69.23	65.50
26-30 ปี	3		3	2.04	0.00	0.88
31-40 ปี	2	2	4	1.36	1.03	1.17
41-50 ปี	2	7	9	1.36	3.59	2.63
51-60 ปี	5	9	14	3.40	4.62	4.09
61 ปีขึ้นไป	2	4	6	1.36	2.05	1.75
รวม	147	195	342	100.00	100.00	100.00
ร้อยละ	42.98	57.02				

ตารางที่ 3 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกระดับการศึกษาและเพศ

ระดับการศึกษา	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำนวนคน			ร้อยละ		
ปริญญาเอก		2	2	0.00	1.03	0.58
ปริญญาโท		10	10	0.00	5.13	2.92
ปริญญาตรี	126	167	293	85.71	85.64	85.67
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	16	37	14.29	8.21	10.82
รวม	147	195	342	100	1000	100



ตารางที่ 4 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกอาชีพและเพศ

อาชีพ	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำนวนคน			ร้อยละ		
นักเรียน	134	171	305	91.16	87.69	89.18
นักศึกษา						
อาชีพอิสระ	7	10	17	4.76	5.13	4.97
บริษัทเอกชน	6	5	11	4.08	2.56	3.22
รับราชการ		5	5	0.00	2.56	1.46
แม่บ้านวิสาหกิจ		4	4	0.00	2.05	1.17
ชุมชน						
รวม	147	195	342	100.00	100.00	100.00

2.1 เป็นเพศชายร้อยละ 42.98 เพศหญิงร้อยละ 57.02 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี ร้อยละ 65.50 ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยรวมสำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีโดยรวมร้อยละ 85.67 ดังแสดงในตารางที่ 3 และยังเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 89.18 ดังแสดงในตารางที่ 4

2.2 รู้จัก Facebook จากเพื่อนแนะนำ การเข้าร่วมอบรม มหาวิทยาลัยรังสิต การเรียนการสอนของอาจารย์ โฆษณา และค้นหาด้วยตัวเอง ร้อยละ 27.19, 26.61, 23.39, 12.57, และ 9.94 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5



ตารางที่ 5 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก

การรู้จัก Facebook กลุ่มสาระณะ สินค้าชุมชน คนปทุม และเพศ

การใช้งาน	ชาย หญิง รวม			ชาย หญิง รวม		
Facebook	จำนวนคน			ร้อยละ		
เพื่อนแนะนำ	46	47	93	31.29	24.10	27.19
จากการเข้าร่วม	35	56	91	23.81	28.72	26.61
อบรม						
การเรียนรู้	18	62	80	12.24	31.79	23.39
สอนของ						
อาจารย์						
เห็นโฆษณาใน	30	13	43	20.41	6.67	12.57
Facebook						
จากการค้นหา	18	16	34	12.24	8.21	9.94
ด้วยตัวเอง						
ไม่รู้จัก		1	1	0.00	0.51	0.29
รวม	147	195	342	100.00	100.00	100.00

2.3 ความถี่ในการติดตาม Facebook นี้ ทุกวัน, 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 57.89, 17.25, และ 13.74 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 6



ตารางที่ 6 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการ
ใช้งาน Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม และเพศ

การใช้งาน	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
Facebook	จำนวนคน			ร้อยละ		
ทุกวัน	100	98	198	68.03	50.26	57.89
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	22	37	59	14.97	18.97	17.25
1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	12	35	47	8.16	17.95	13.74
เดือนละ 1-2 ครั้ง	3	2	5	2.04	1.03	1.46
นาน ๆ ครั้ง	10	23	33	6.80	11.79	9.65
รวม	147	195	342	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 7 การแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกระดับความพึงพอใจและเพศ

ระดับความ	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
พึงพอใจ	จำนวนคน			ร้อยละ		
ปานกลาง	69	92	161	46.94	47.18	47.08
มาก	46	50	96	31.29	25.64	28.07
มากที่สุด	32	53	85	21.77	27.18	24.85
รวม	147	195	342	100.00	100.00	100.00

2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าที่จำหน่าย และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ Facebook อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง มาก และมากที่สุด ร้อยละ 47.08, 28.07 และ 24.85 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 7



2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าใน Facebook นี้เพราะ
สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพสินค้า ความน่าเชื่อถือของร้านค้า ราคา
ความสะดวกในการสั่งซื้อและอื่น ๆ และทุกข้อข้างต้น ร้อยละ 33.33, 26.02,
23.10, 10.82, 5.56 และ 1.17

2.6 สื่อใน Facebook ที่สนใจมากที่สุด คือ โพสต์ภาพ ข้อความ วิดีโอ
และการไลฟ์สด ร้อยละ 67.54, 17.84, 11.70, และ 2.92 ตามลำดับ

2.7 การมีส่วนร่วมกับ Facebook โดยวิธี กดไลค์โพสต์ แนะนำเพื่อน
แชร์โพสต์ ซื้อสินค้า และ แสดงความคิดเห็น 78.95, 10.23, 8.19, 1.46 และ
1.17 ตามลำดับ

2.8 ข้อเสนอแนะ

2.8.1 ข้อเสนอแนะสิ่งที่ผู้ใช้ประทับใจ สินค้ามีความหลากหลาย
ของสินค้า เข้าถึงสินค้าจากชุมชนได้ง่ายขึ้น การให้บริการของพ่อค้า แม่ค้าใน
Facebook Page เป็นกันเอง มีสินค้าคุณภาพ ทำการโปรโมตสินค้าได้ดี และ
ช่วยให้คนในชุมชนมีโอกาสหารายได้จากการขายสินค้า

สิ่งที่ควรปรับปรุง ด้านเนื้อหา ให้มีความน่าสนใจและทันสมัย
การปรับปรุงเนื้อหา การเชิญชวนสมาชิก หรือส่งเสริมสินค้าให้มากขึ้น มีข้อมูลที่
ครบถ้วน โดยเฉพาะราคา ควรมีภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มความเป็นสากล

2.8.2 ด้านรูปแบบการนำเสนอ ทำรูปแบบโพสต์ให้น่าเชื่อถือ
รูปภาพสินค้าไม่ขัดคำบรรยายสินค้าที่ชัดเจนเห็นภาพ และควรมีหลายภาษา

2.8.3 ด้านระบบ เพิ่มการเข้าถึงให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีการแชร์
สินค้า เพิ่มจำนวนสมาชิก ทำให้มีความน่าเชื่อถือ ยิ่งสื่อโฆษณา (Ads) เพิ่มการ
มองเห็น และควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของร้านค้า



สรุปและอภิปรายผล

วิสาหกิจชุมชนในปทุมธานี ประสบปัญหาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการขายออนไลน์ ขาดทักษะการใช้สื่อดิจิทัล และการสร้างเนื้อหา จึงสร้าง Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม รวบรวมและจัดการอบรมผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิก 1,688 คน การวิเคราะห์ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อสินค้า และ Facebook Page ในระดับมาก เนื้อหาที่น่าสนใจ คือ รูปภาพ รองลงมาคือข้อความ และวิดีโอ ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพสินค้าและความน่าเชื่อถือของร้านค้า

1. การวิเคราะห์ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชน คนปทุม

ด้านประสิทธิภาพของ Facebook Page พบว่า มีจำนวนผู้เข้าถึงรวม 7,315 ครั้ง การมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความรู้สึก 850 ครั้ง และการแสดงความคิดเห็น 154 ครั้ง สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์กับเพจในระดับที่น่าพอใจ โดยเฉพาะในช่วงเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aracharoenchai and Sunthonsathun (2014) ประสิทธิภาพของ Facebook Page วัดได้จากการมีส่วนร่วม (Engagement) ผ่านการกดไลค์ กดแชร์ และแสดงความคิดเห็น

2. การสำรวจผู้ใช้งาน

2.1 ด้านสินค้า และ Facebook Page อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chamnanngam et al. (2024) ที่พบว่าผู้ติดตามมีความพึงพอใจกับการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชน ในระดับมากที่สุดนอกจากนี้ ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือคุณภาพสินค้า และความน่าเชื่อถือของร้านค้า



สอดคล้องกับแนวคิดวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
ควบคู่กัน (Community Enterprise Promotion Division, Department of
Agricultural Extension, 2024)

2.2 ด้านการพัฒนาเนื้อหา ผู้ใช้ให้ความสนใจต่อการโพสต์ภาพมาก
ที่สุดคือร้อยละ 67.54% รองลงมาคือข้อความ และวิดีโอ สอดคล้องกับ
ข้อเสนอแนะของ Worapongpat et al. (2020) ที่ระบุว่าการพัฒนาคอนเทนต์
ภาพ และเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุง Facebook Page

2.3 อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรปรับปรุง เช่น การเพิ่ม
ภาษาอังกฤษเพื่อความเป็นสากล การพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้น่าเชื่อถือ
และการเพิ่มการเข้าถึงผ่านการโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ
Worapongpat (2021) ที่เน้นความสำคัญของการพัฒนาตราสินค้าและเนื้อหา
สื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา
ชุมชน ให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้ เสนอให้เกษตรจังหวัด พัฒนาแพลตฟอร์ม
ออนไลน์ให้วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดของตน มาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในทีเดียวกัน

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของ Facebook
Page ได้ดังนี้



1. การสื่อสารด้านการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้ Facebook กลุ่มสาธารณะ สินค้าชุมชนคนปทุม
2. สร้างเนื้อหาที่หลากหลายรูปแบบ เช่น คลิปเบื้องหลังการผลิตสินค้าและวิดีโอ รีวิวต่าง ๆ
3. เพิ่มการเข้าถึงด้วยการโฆษณา Facebook Ads เจาะกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้สนับสนุนงบประมาณการฝึกอบรมในวันเสาร์ที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2567

เอกสารอ้างอิง

- Aracharoenchai, A., & Sunthonsathun, W. (2014). Measurement and evaluation of Facebook usage. *Rangsit Information*, 20(2), 66-95.
- Chamnanngam, M., et al. (2024). Satisfaction with the development of public relations channel for community enterprise: Bansuanpunjit shop on the Facebook. *Lawasri Journal*, 8(1), 95-107.
- Chunnapiya, N. (2022). Social media marketing. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 11(1), 64-76.



- Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. (2024). *List of community enterprises*. Retrieved 1 April 2024 from <https://smce.doe.go.th/search>
- Hassaro, K. (2021). *Online marketing strategies that's influence community enterprises success*. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for Doctor of Philosophy (Business Administration and Digital Innovation) Mahasarakham University.
- Onsamlee, P. (2020). Community business and modern marketing in a digital society. *Journal of Humanities and Social Sciences Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 14(2),179-201.
- Pinsam, C., & Kasornbua, T. (2022). Furtherance of digital marketing for Chachoengsao community enterprise entrepreneurs to support Eastern Economic Corridor (EEC). *Journal of Valaya Thepsatri Rajabhat University*,16(3),96-107.
- Putpun, P., & Pongpipat Sanedee, P. (2023). A study of marketing factors of community products in the Pathum Thani province. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 4(1),12-24.
- Secretariat Office of Community Enterprise Promotion Board. (2024). *Interesting community enterprises*. Retrieved 4

November 2024 from

<http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>

Srisunthron, C., Daranee, D., & T.srivong, A. (2021). Guidelines for Developing of Social Media through Facebook Marketing from rock salt products of Community Enterprise Group in Ban Dung District Udon Thani Province. *SAU Journal of Social Sciences & Humanities*, 5(2), 363-375.

Tancharoen, B. (2024). Development of digital marketing channel of Kaosaen Community Enterprise, Bang Pla, Bang Phlidi district, Samut Prakan Province. *Srinakharinwirot Business Journal*, 15(1), 30-47.

Worapongpat, N., et al. (2020). Digital marketing Development guidelines for Ban Chanode community enterprise group Khlong Yong community-Lan Tak Fah Nakhon Pathom province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 6(2).

Worapongpat, N. (2021). Social media development, Kao Lung Rin community enterprise, Samet sub-district, Chaiya district, Surat Thani Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University*, 23(2).

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.



บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพ แอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรามาริบัติ

สุทธิวรรณ ภัสระ และกรเอก กาญจนโกนิน¹

Received 17 November 2024

Revises 15 December 2024

Accepted 23 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพ Rama App โรงพยาบาลรามาริบัติ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ป่วยนอกที่ใช้แอปพลิเคชัน Rama App โรงพยาบาลรามาริบัติจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App อยู่ในระดับมาก และ 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียว ระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเท่ากับ 0.494

คำสำคัญ: การจัดการ, ประสิทธิภาพ, แอปพลิเคชัน, โรงพยาบาลรามาริบัติ, มหาวิทยาลัยมหิดล, Rama App.

¹ ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Email: korneak.k@gmail.com



RELATIONSHIP BETWEEN APPLICATION MANAGEMENT AND OUTPATIENT RAMA APP APPLICATION EFFICIENCY, RAMATHIBODI HOSPITAL

Sutthiwan Phatsara, Korneak Karnjanapokin¹

Abstract

This research is a quantitative research. The objectives are to (1) to study the management of the Rama App application. (2) to study the relationship between application management and the efficiency of the Rama App, Ramathibodi Hospital. The sample group in this research study is outpatients using the Rama App application at Ramathibodi Hospital, 400 people. Statistics used in the study include mean, standard deviation and the Pearson correlation coefficient.

The results of the research found that (1) the management of the Rama App application was at a high level. (2) the results of the hypothesis testing found that the management of the Rama App application had a relationship in one direction at a moderate level. The Pearson's correlation coefficient is 0.494.

Keywords: Management, Efficiency, Application, Ramathibodi Hospital, Mahidol University, Rama App.

¹ Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, E-mail: korneak.k@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบัน การให้บริการด้านสุขภาพผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ป่วย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยนอกที่ต้องการความสะดวกสบายในการนัดหมาย การติดตามผลการรักษา และการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ จากการประชุม World Economic Forum 2019 ณ เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ภายใต้หัวข้อ “Globalization 4.0: Shaping a Global Architecture in the age of the 4th Industrial Revolution (4IR)” มีใจความสำคัญตอนหนึ่งกล่าวให้เห็นถึงความสำคัญของยุคโลกาภิวัตน์ 4.0 (The Forth Industrial revolution: 4IR) จะส่งผลต่อทุกประชาคมโลกในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การสื่อสาร การผลิต หรือการแพทย์ ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) (National Health Commission Office, 2019) สำหรับประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลไทยได้ประกาศทิศทาง ประเทศไทย 4.0 โดยนโยบายของรัฐเน้นไปที่การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนา (Office of the Secretary of the House of Representatives, 2019) ในขณะที่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และ แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิรูปสาธารณสุข ได้เน้นถึงการพัฒนาระบบบริการ (Service Plan) เป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญของการพัฒนา (Ministry of Public Health, 2016) แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ด้านสาธารณสุข (พ.ศ. 2560-2579) สอดคล้องและเชื่อมโยงสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ได้แบ่งออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย สาระสำคัญดังนี้ 1) ส่งเสริมสุขภาพและความรู้ป้องกันโรคเป็นเลิศ 2) บริการ



เป็นเลิศ 3) บุคลากรเป็นเลิศ และ 4) บริหารจัดการเป็นเลิศ (Ministry of Public Health, 2016)

คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ได้มีการนำระบบสุขภาพ Health 4.0 มาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการดูแลสุขภาพของประชาชน หนึ่งในนั้นคือ การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่เรียกว่า Rama App ภายใต้แนวคิด นวัตกรรม-จ่ายเงิน-รับยา-จ่ายครบ-จบในแอปเดียว ภายหลังเปิดตัวก็ได้รับกระแสตอบรับค่อนข้างดี แต่ก็ยังมีรายงานถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ป่วยจากการเดินทางมาโรงพยาบาลไปสู่การใช้แอปพลิเคชันยังสร้างความท้าทายในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่อาจไม่คุ้นเคยกับการใช้งานสมาร์ทโฟนหรือแอปพลิเคชันดิจิทัล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชันที่ลดลง ทั้งในแง่ของคุณภาพการบริการ ปริมาณงานการบริการ และเวลาที่ใช้ในการบริการ

สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้งานแอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามาธิบดีมีความซับซ้อน และมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์และปรับปรุงในทุกมิติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกในการใช้แอปพลิเคชัน Rama App อย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App โรงพยาบาลรามาธิบดี



2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับ ประสิทธิภาพ Rama App โรงพยาบาลรามารามิบัติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการ ผลลัพธ์ และปัญหาของการจัดการ
แอปพลิเคชัน Rama App นำไปสู่การวางแผนนโยบายการให้บริการแอปพลิเคชัน
Rama App ให้มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ผู้ใช้งานมากขึ้น
2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับ
ประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน Rama App และนำไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้
ปรับปรุง พัฒนารูปแบบการทำงานต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน Rama App

วรรณกรรม

คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามารามิบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล ก่อตั้งใน
ปี พ.ศ. 2508 เป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มต้นในการเป็น
โรงพยาบาลที่จะสนับสนุนด้านการสอนแพทย์ พยาบาล และการอนามัยชุมชน
ของประเทศรวมถึงการเป็นสถาบันการแพทย์ที่มุ่งมั่นพัฒนาบริการด้านสุขภาพ
และดูแลผู้ป่วยอย่างเท่าเทียมกัน ในแต่ละวันมีผู้ป่วยมาใช้บริการจำนวนมาก
ทำให้เกิดความแออัดและการรอคอยที่ยาวนาน เพื่อแก้ไขปัญหาผู้ป่วยนอก และ
เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โรงพยาบาลจึงได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Rama
App ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

แนวคิดทฤษฎีการจัดการคุณภาพ

การจัดการคุณภาพประกอบด้วยห้าขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน
(Planning) การพัฒนาคุณภาพ (Quality Development) การปรับปรุงอย่าง



ต่อเนื่อง (Quality Improvement) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพของระบบคุณภาพ เนื่องจากขั้นตอนเหล่านี้ช่วยสร้างแนวทางที่เป็นระบบในการบรรลุและรักษามาตรฐานคุณภาพระดับสูง (Sulistiyan et al., 2019; Luthfia & Sumarto, 2020) การปรับปรุงเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการประเมินและยกระดับมาตรการด้านคุณภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปและแก้ไขข้อบกพร่องที่พบ กระบวนการนี้ได้รับการเน้นย้ำในบริบทของบริการทางการแพทย์และโครงการนวัตกรรมต่าง ๆ (Yukhtanova et al., 2020; Ilyina & Sanovich, 2021) การนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น เว็บแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการคุณภาพ ช่วยสนับสนุนผู้จัดการด้านคุณภาพให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Behmer & Jochem, 2019) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการมุ่งเน้นลูกค้า ผู้รับบริการก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากเป็นแรงผลักดันให้องค์กรปรับปรุงกระบวนการและตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Aburayya et al., 2020; Daqar & Constantinovits, 2020) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำวิธีการที่เป็นระบบและเทคโนโลยีมาใช้ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการคุณภาพ นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

สรุปได้ว่าการจัดการคุณภาพ เป็นกระบวนการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยใช้ทรัพยากรในองค์กรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จึงได้นำแนวคิดของการจัดการคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย 1) การเตรียมการ 2) การพัฒนา



3) การปรับปรุง 4) การควบคุม และ 5) การตรวจสอบ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎี ประสิทธิภาพ

Morgen (2002) กล่าวว่าประสิทธิภาพเป็นแนวคิดการจัดการที่มีมายาวนานตั้งแต่การจัดการทางวิทยาศาสตร์ไปจนถึงการรื้อปรับระบบกระบวนการทางธุรกิจ ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 องค์กรที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับงานและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน สำหรับประสิทธิภาพเป็นแนวคิดที่มีจำนวนมากเหมือนกันกับการจัดการคุณภาพโดยรวมและปรัชญาการจัดการที่ยังคงใช้ได้จนถึงปัจจุบัน Grosvenor and Peterson (1953) ได้ให้ความหมาย ประสิทธิภาพในเชิงการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ มีการควบคุมต้นทุน (Cost) สิ่งที่ต้องการต้องมีคุณภาพ (Quality) และได้ปริมาณตามที่ต้องการ (Quantity) และวิธีการเป็นไปในแนวทางเดียวกัน (Method) ในการผลิต

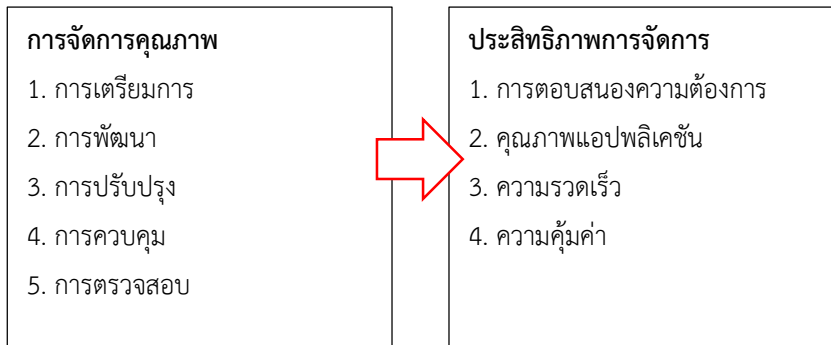
Refugecharoen (2019) กล่าวถึงประสิทธิภาพว่าเกี่ยวข้องกับการใช้ปัจจัยและกระบวนการในการดำเนินงานที่แน่นอนและชัดเจน ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าและประหยัดที่สุด มีระเบียบวินัย ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ถูกต้องแม่นยำ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ประยุกต์องค์ประกอบของตัวแปรให้ตรงกับบริบทของงานวิจัยดังนี้คือ 1) การบรรลุเป้าหมาย (Achieve the Goal) คือ “การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ” 2) ปริมาณงาน (Quantity) คือ “คุณภาพงานที่ได้จากแอปพลิเคชัน” 3) เวลา (Time) คือ “ความรวดเร็วของการนำแอปพลิเคชัน” และ 4)



ค่าใช้จ่าย (Money) คือ “ความคุ้มค่าของแอปพลิเคชัน” เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และบริบทของงานวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ป่วยนอกที่มารับบริการตามนัดที่โรงพยาบาลรามาธิบดี ในเดือนตุลาคม 2564 จำนวนทั้งสิ้น 107,600 คน Ramathibodi Hospital (2021) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Siljaru, 2020) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาด



เคลื่อนในการสุ่ม 5% จากสูตรคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 398.52 ตัวอย่าง
ตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 399 ตัวอย่าง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเก็บรวบรวมข้อมูล
จากตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย Simple Random
Sampling จากผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่หน่วยตรวจผู้ป่วยนอก โรงพยาบาล
รามาริบัติที่ใช้แอปพลิเคชัน Rama App

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม
(Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้าง และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ค่าความ
เที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ จาก ตำรา เอกสาร วารสาร
บทความวิชาการงานวิจัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์
ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพ และประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน Rama App
ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อเป็นแนวทาง
ในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างชุดแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และ
หลักภาษา ตามโครงสร้างของแบบสอบถาม และปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อ
ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องมือวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ จำนวน 3 ท่าน และ
พิจารณาความถูกต้องชัดเจนของหลักภาษาจากค่าความเที่ยงตรงของ
แบบสอบถาม (IOC: Index of item objective congruence) ผลการตรวจมี



ค่าความสอดคล้อง ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงว่าเครื่องมือการวิจัย
ภาพรวมสามารถนำไปใช้ได้

4. ปรับปรุงแก้ไขจากการตรวจสอบความถูกต้องครั้งสุดท้าย เพื่อนำไป
จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูล

5. การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) คือ การวัดค่าความ
เชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถาม ที่มีค่าความเที่ยงตรงไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่
ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง ซึ่งสามารถหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยการนำแบบทดสอบไป
ทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อนำมาคำนวณหาค่า
ความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ ครอนบาค (Cronbach'
Alpha Coefficient- α) ให้ได้มาซึ่งแบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยผลการหาค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (α) หรือค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้เท่ากับ 0.97
จึงถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย
ครั้งนี้ได้

6. การขอรับรอง จริยธรรมในมนุษย์จาก Human Research Ethics
Committee, Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital, Mahidol
University เลขที่ COA. MURA2021/998

การเก็บรวบรวมข้อมูล และ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับผู้ป่วยที่มารับบริการที่
หน่วยตรวจผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรามธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล และรวบรวม
ข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือใน
การศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายปิด โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี
ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา และ
จัดทำแบบสอบถามให้มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิด



การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับอธิบายคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยเป็นการเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการศึกษา เกณฑ์การแปลผลมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แปลผลค่าเฉลี่ยในระดับต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การแปลผลค่าเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น	ร้อยละ
4.21-5.00	มากที่สุด	ร้อยละ 81-100
3.41-4.20	มาก	ร้อยละ 61-80
2.61-3.40	ปานกลาง	ร้อยละ 41-60
1.81-2.60	น้อย	ร้อยละ 21-40
1.00-1.80	น้อยที่สุด	ร้อยละ 1-20

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Interferential Statistics)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรามารินทร์ มหาวิทยาลัยมหิดล การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแบบสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlations) ใช้ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูล ดังนี้



โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะ เพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลด
3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมี ความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า $-r$ มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม และมี ความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

ตารางที่ 2 เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

คะแนน	ระดับความสัมพันธ์
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์
0.01-0.20	ความสัมพันธ์น้อยมาก
0.21-0.45	ความสัมพันธ์น้อย
0.46-0.75	ความสัมพันธ์ปานกลาง
0.76-0.90	ความสัมพันธ์มาก
0.91-0.99	ความสัมพันธ์มากที่สุด
1.00	ความสัมพันธ์สมบูรณ์



ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศหญิงมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 โดยช่วงอายุ 40-59 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 20-39 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ต่ำกว่า/ เท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และปริญญาโท ขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รับจ้าง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 เกษตรกรรม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App ผลการวิจัย พบว่า

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ต่อการจัดการแอปพลิเคชัน

Rama App

การจัดการแอปพลิเคชัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
Rama App	$\bar{X}$		
ด้านการเตรียมการ	4.18	0.68	มาก



การจัดการแอปพลิเคชัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
Rama App	$\bar{X}$	มาตรฐาน (SD)	ความคิดเห็น
ด้านการพัฒนา	4.03	0.59	มาก
ด้านการปรับปรุง	4.04	0.63	มาก
ด้านการควบคุม	4.17	0.57	มาก
ด้านการตรวจสอบ	4.24	0.54	มากที่สุด
รวม	4.13	0.39	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการสำรวจพบว่า การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App ระดับค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านการตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านการเตรียมการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านการควบคุมคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านการปรับปรุง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแอปพลิเคชันกับประสิทธิภาพ Rama App ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรามธิบดี

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App กับประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App

การจัดการ	ประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App				
แอปพลิเคชัน	ตอบสนอง	คุณภาพแอป	ความ	ความ	รวม
Rama App	ความต้องการ	พลิเคชัน	รวดเร็ว	คุ้มค่า	
การเตรียม	$r = .281^{**}$	$r = .220^{**}$	$r = .340^{**}$	$r = .224^{**}$	$r = .339^{**}$
การ	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000



การจัดการ	ประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App				
แอปพลิเคชัน	ตอบสนอง	คุณภาพแอป	ความ	ความ	รวม
Rama App	ความต้องการ	พลิเคชัน	รวดเร็ว	คุ้มค่า	
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
การพัฒนา	$r = .270^{**}$	$r = .209^{**}$	$r = .281^{**}$	$r = .190^{**}$	$r = .304^{**}$
	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
การ	$r = .135^{**}$	$r = .228^{**}$	$r = .243^{**}$	$r = .173^{**}$	$r = .247^{**}$
ปรับปรุง	Sig = .007	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .001	Sig = .000
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
การ	$r = .324^{**}$	$r = .279^{**}$	$r = .277^{**}$	$r = .167^{**}$	$r = .336^{**}$
ควบคุม	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .001	Sig = .000
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
การ	$r = .378^{**}$	$r = .302^{**}$	$r = .309^{**}$	$r = .273^{**}$	$r = .405^{**}$
ตรวจสอบ	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
รวม	$r = .417^{**}$	$r = .374^{**}$	$r = .442^{**}$	$r = .331^{**}$	$r = .494^{**}$
	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000	Sig = .000
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) ระหว่างตัวแปรการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App กับประสิทธิภาพการจัดการแอปพลิเคชัน Rama App ภาพรวมมีความสัมพันธ์ปานกลางค่า $r = .494$ โดยจำแนกเป็นรายด้านตามลำดับคือ ด้านตอบสนองความต้องการ ความสัมพันธ์น้อย ค่า $r = .417$ ด้านความรวดเร็วความสัมพันธ์น้อย ค่า



$r = .442$ ด้านคุณภาพแอปพลิเคชันความสัมพันธ์น้อย ค่า $r = .374$ และด้านความคุ้มค่าความสัมพันธ์น้อย ค่า $r = .331$

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 การจัดการแอปพลิเคชัน Rama App ด้านการเตรียมการ ด้านการพัฒนา ด้านการปรับปรุง ด้านการควบคุม และด้านการตรวจสอบ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Behmer & Jochem, 2019 พบว่าการนำเทคโนโลยี เช่น เว็บแอปพลิเคชัน มาใช้สนับสนุนการจัดการคุณภาพ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่องโดยที่พนักงานทุกระดับและทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการปรับปรุง ทั้งนี้ เพื่อความสำเร็จและอยู่รอดเติบโตต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Munsri, 2019) กล่าวถึงการจัดการคุณภาพโดยรวม (TQM) ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการเพิ่มศักยภาพความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร โดยจะมุ่งเน้นลูกค้าความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการเป็นสำคัญ

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อ 2 การจัดการแอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน Rama App ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรามาศิริ มีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลางร้อยละ 49.4 สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chompangern & Karnjanapokin, 2020) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการเก็บค่าผ่านทางตามเวลา มีผลต่อการใช้ทางพิเศษของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันมีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่ร้อยละ 85.2 ในขณะที่ Ngamwannakorn (2019)



ศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อการเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ตัวแปรที่
สอดคล้องกันในการศึกษา ได้แก่ คุณภาพของแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นศึกษา
เรื่องจัดการแอปพลิเคชัน Rama App โดยผ่านมุมมองเดียวคือผู้ใช้บริการ
เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก
ผู้รับบริการ ควรศึกษาผ่านมุมมองของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการร่วมกับผู้บริหาร โดย
การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งข้อมูลทั้งจากผู้รับบริการและ
ผู้ให้บริการจะเป็นข้อมูลที่ครบถ้วนมากขึ้น เป็นประโยชน์แก่การนำไปปรับปรุง
และพัฒนาโยบายการให้บริการแอปพลิเคชัน Rama App ได้ดียิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้มาใช้บริการในหน่วย
ตรวจผู้ป่วยนอกเท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรเก็บข้อมูลจาก
ผู้ใช้บริการประเภทผู้ป่วยในที่ใช้บริการผ่านเจ้าหน้าที่บนหอผู้ป่วยร่วมด้วย
ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. โรงพยาบาลรามารามิบัติสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการมาปรับ
ใช้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ Rama App เพื่อให้ตอบสนองต่อ
ผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น

2. โรงพยาบาลรามารามิบัติ รวมทั้งโรงพยาบาลในสังกัดของรัฐสามารถ
นำผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การจัดการ



เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งรูปแบบของแอปพลิเคชันให้ตอบสนองผู้ใช้บริการมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Aburayya, A., Alshurideh, M., Al Marzouqi, A., Al Diabat, O., Alfarsi, A., Suson, R., & Alzarouni, A. (2020). Critical success factors affecting the implementation of TQM in public hospitals: A case study in UAE hospitals. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(10), 230-242.

Behmer, F. J., & Jochem, R. (2019). *Organizational planning for quality management in the digital age. Business Process Management Journal*, 26(3), 679-693.

Chompangern, T., & Karnjanapokin, K. (2020). The effects of efficiency of toll collection management on expressway authority of Thailand's expressway using. Ramkhamhaeng University. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 5(2), 141-150. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/240897>

Daqar, M., & Constantinovits, M. (2020). The role of total quality management in enhancing the quality of private healthcare

services. *Problems and Perspectives in Management*, 18(2), 64-78.

Grosvenor, E., & Peterson, P. (1953). *Business organization and management*. Homewood: Richard D. Irwin.

Ilyina, E. N., & Sanovich, M. A. (2021). *Effectiveness of quality management during implementation of innovative projects as the basis of company's strategic development. International Journal for Quality Research*, 15(1), 309-328.
<https://doi.org/10.24874/IJQR15.01-18>

Luthfia, D., & Sumarto, S. (2020). *Implementation of total quality management in SMK Negeri 10 bandung. Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 400, 138-144.

Ministry of Public Health.(2016). *Twenty-year national strategic plan for public health (2017-2036)*. Strategy and Planning Division. Retrieved from
https://drive.google.com/file/d/1e_b429mvgtlW9P83iHb_dhOBwPiDRW-7/view

Morgen, W. (2002). *A short history of efficiency. England: Business Strategy Review*, 13(4), 38-47. doi:10.1111/1467-8616.00232

- Munsri, K. (2019). A conceptual framework of McKinsey's 7s and total quality management to business result. *Journal of Integrated Sciences*, 8(1). 40-53.
- National Health Commission Office. (2019, 10 November). *Open the concept of globalization 4.0 driving technology for social equality*. Health Information Center. Retrieved from <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/27605>
- Ngamwannakorn, C. (2019). *Development of a learning application on mobile device in english for information officer*. Faculty of Humanities and Social Sciences. Yala Rajabhat University
- Office of the Secretary of the House of Representatives. (2019). *Academic focus Thailand 4.0*. Retrieved from http://planning.pn.psu.ac.th/plan_doc/procedure/docs_procedure/400_1498805691.pdf
- Ramathibodi Hospital. (2021). *Statistics of outpatients who come for services as scheduled at Ramathibodi Hospital*. Photocopy documents, Information Division, Ramathibodi Hospital, Mahidol University.
- Refugecharoen, S. (2019). *Work efficiency development*. Teaching Documents, Ubon Ratchathani Rajabhat University.

Siljaru, T. (2020). *Research and analysis of statistical data SPSS.*

(18th ed.). Bangkok: S.R. Printing.

Sulistiyana, S., Wiyono, B. B., Imron, A., & Suriansyah, A. (2019).

Total quality management program: Specific guidance and
counselling services in the state high school. *International
Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(4),
564-571.

Yukhtanova, Y. A., Koltsova, T. A., Skipin, D. L., & Myshyakov, R. Y.

(2020). *Quality management system in medical
organizations as a tool to increase human satisfaction
with services. Advances in Economics, Business and
Management Research*, 148, 311-319.



บทความวิชาการ

การเผยอัตลักษณ์อีสานที่สะท้อนผ่านเพลงลูกทุ่ง (ทศวรรษ 2510-2530)

จารูวรรณ ต้วงคำจันทร์¹

Received 27 June 2024

Revises 23 December 2024

Accepted 23 December 2024

บทคัดย่อ

งานนี้ศึกษาการเผยอัตลักษณ์ความเป็นอีสานผ่านเพลงลูกทุ่งตั้งแต่ทศวรรษ 2510-2530 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าครูเพลงอีสาน เสนอภาพอัตลักษณ์ของตนเองผ่านเพลงอย่างไรและมีความเปลี่ยนแปลงในทางดนตรีอีสานอย่างไรบ้าง โดยการใช้มุมมองแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity) ของคนอีสานที่พยายามสร้างความหมายใหม่ผ่านเพลงลูกทุ่งตามแบบฉบับของตนเอง พบว่า ทศวรรษ 2510-2530 ครูเพลงอีสานได้เผยอัตลักษณ์ของความเป็นอีสานทั้งรูปแบบของการบอกเล่าความยากจนข้นแค้นในชนบทอีสานที่ขาดการพัฒนา และในขณะเดียวกันก็ได้พยายามมองหาความอุดมสมบูรณ์ในท้องถิ่นอีสานเพื่อเรียกความโหยหาอดีตอันงดงามจากกลุ่มแรงงานไกลบ้าน นอกจากนี้ยังพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวมีการรับวัฒนธรรมการเล่นดนตรีแบบตะวันตกเข้ามาเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้ภูมิทัศน์ทางเสียง (Soundscape) ในวัฒนธรรมอีสานเปลี่ยนแปลงไปในทุกวงการเพลงในอีสาน

คำสำคัญ : อัตลักษณ์, ดนตรีอีสาน, เพลงลูกทุ่งอีสาน, แรงงานพลัดถิ่น

¹ นักวิชาการอิสระ E-mail: Uaruwan.dkc@gmail.com



Isan Identity Reflected Through Lukthung (1960s-1980s)

Jaruwan Duangkhamchan²

Abstract

This study examines the evolution of Isan identity as conveyed through Luktung music from the 1960s to the 1980s. It aims to analyse the methods by which Isan music educators express their identity through music and to identify the changes occurring in Isan music during this timeframe. Utilising the concept of identity articulated by Isan individuals striving to establish a modern interpretation of country music, the study found that, from the 1960s to the 1980s, Isan music educators articulated Isan identity in various ways. The narratives described circumstances of extreme poverty in the undeveloped northeastern countryside and made connections with the experiences of migrant labourers away from home. Additionally, it was noted that Western-style music gained prominence during this period, leading to changes in the soundscape of Isan culture and influencing the local music industry.

Keyword: Identity, Isaan music, Luktung music, Displaced Person

² Independent Scholar E-mail: Uaruwan.dkc@gmail.com



บทนำ

เพลงลูกทุ่ง หรือเพลงเพื่อชีวิต เป็นเพลงที่สะท้อนถึงชีวิตของผู้คนในชนบท ในทศวรรษ 2480 เริ่มมีแนวเพลงไทยสากลในขณะนั้นเรียกว่า “เพลงเพื่อชีวิต” เป็นการยั่วล้อเสียดสีสังคมในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง และหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ได้มีการกล่าวถึงความทุกข์ยากของผู้คนในชนบท กล่าวถึงแรงงานอพยพ รวมถึงความไม่โปร่งใสของนักการเมือง และผู้ปกครอง ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นรากของเพลงลูกทุ่งที่ยังคงสะท้อนสังคมสืบมาถึงในปัจจุบัน (Fayathet, (2005) ในระยะแรกเพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุงไม่ได้แยกขาดออกจากกัน เนื่องจากเป็นเพลงไทยสากลด้วยกัน แต่เมื่อปี พ.ศ. 2507 เกิดคำว่า “เพลงชาวบ้าน” ขึ้นมาจากการจัดรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 โดยอาจินต์ ปัญจพรรค์ และเมื่อเดือนธันวาคมในปีเดียวกัน ประกอบ ไชยพิพัฒน์ ขอจัดรายการใหม่ในช่อง 4 ชื่อว่ารายการ “เพลงลูกทุ่ง” ซึ่งหมายถึงเพลงไทยสากลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนบทในมิติต่าง ๆ มีลักษณะการร้องโดยการเล่นลูกคอ เสียงดังฟังชัด ไม่เพียงเท่านั้น ยังให้ภาพสะท้อนของสังคมโดยเฉพาะชาวชนบทที่เข้ามาอยู่ในเมืองหลวง ที่ต้องเผชิญโชคชะตาโดยลำพังด้วยความทุกข์ยาก ลำบากกาย (Damronglerd, 1988)

อย่างไรก็ดี ความหมายของเพลงลูกทุ่งยังคงเลื่อนไหลและไม่ติดชนบ อยู่ที่การเป็นเพลงลักษณะใดลักษณะหนึ่ง แต่สิ่งสำคัญที่เห็นอยู่ในทุกยุคของความ เป็นลูกทุ่ง คือการกล่าวถึงผู้คนทั่วไปในสังคมที่เห็นถึงความเปลี่ยนแปลง ในมิติต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้

ในช่วงปี พ.ศ. 2515-2524 ถือเป็นช่วงเวลาที่เพลงลูกทุ่งอีสานรุ่งเรือง เป็นที่นิยม และโดดเด่นมาก สุรินทร์ ภาคศิริ ประพันธ์เพลง “อีสานลำเพลิน” ซึ่งขับร้องโดย อังคนางค์ คุณไชย ประกอบภาพยนตร์บัวลำภู โด่งดังจนมี



คำกล่าวว่า เพลงดังกล่าวเป็นการประกาศศักดิ์ศรีของชาวอีสาน และจุดประกายให้เกิดเป็นกระแสเพลงลูกทุ่งอีสาน คำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” จึงเริ่มปรากฏและเผยแพร่สัญลักษณ์คนอีสานผ่านอุตสาหกรรมเพลงที่เด่นชัดนับแต่นั้นเป็นต้นมา (Palungwan, 2002)

ลูกทุ่งอีสานมีความโดดเด่นในตัวเองคือ มีการนำทำนองหมอลำมาประยุกต์ใช้กับดนตรีแบบตะวันตกที่นิยมในแต่ละช่วงเวลา เจมส์ ลีโอนาร์ด มิทเชลล์ (Mitchell, James Leonard) ได้เสนอว่า เพลงลูกทุ่งมีบทบาทสำคัญในการเอื้อให้เกิดการฟื้นฟูอัตลักษณ์และวัฒนธรรมลาว อีสาน ตั้งแต่ทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา กล่าวคือเพลงลูกทุ่งได้เปิดโอกาสให้คนอีสานจำนวนมากได้ก้าวเข้าสู่วัฒนธรรมบันเทิงกระแสหลัก โดยผ่านการมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะวงการเพลง

การเติบโตของศิลปินอีสานสอดคล้องกับการคมนาคมที่สะดวกมากขึ้น หลังจากการมีถนนมิตรภาพในช่วงทศวรรษ 2500 เกิดครูเพลงและศิลปินที่เข้ามาเติบโตในวัฒนธรรมบันเทิงกระแสหลัก หรือการทำเพลงแบบระบบอุตสาหกรรมในกรุงเทพฯ อาทิ เบญจมินทร์ หรือ ตุ่มทอง โชคชนะ ผู้ที่อยู่ในวงการเพลงมาตั้งแต่วัฒนธรรมเพลงร่ำร้องเรื่อง ในช่วงปลายทศวรรษ 2490 ศักดิ์ศรี ศรีอักษร แต่งเพลงผู้ใหญ่ลี (พ.ศ. 2504) และสุรินทร์ ภาคศิริ ครูเพลงอีสานคนสำคัญที่มีส่วนสร้างชื่อเสียงให้กับนักร้องอีสานหลายคน เช่น ศรชัย เมฆวิเชียร ศักดิ์สยาม เพชรชมภู ดาว บ้านดอน เป็นต้น

ในขณะที่ เทอร์เลอร์ มิลเลอร์ (Terry E. Miller) และเจริญชัย ชนไฟโรจน์ (Terry and Chonpairot, 1979) กล่าวว่าผลกระทบดนตรีกระแสนิยมเหล่านี้มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และจะส่งผลทำให้ดนตรีแบบดั้งเดิมหายไป (Terry and Chonpairot, 1979) ผู้เขียนเห็นว่าธรรมชาติของ



เพลงชาวบ้านต้องมีการปรับตัววัฒนธรรมภายนอกเข้ามาปรับใช้เสมอ เนื่องจากการถ่ายเทหรือการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างเมืองกับชนบทยังคงมีความเกี่ยวข้องกัน ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของทั้งโลกด้วย ในแง่ของการที่ประชาชนบริโภควัฒนธรรมร่วมกันนั่นเอง (Eawsriwong, 1995) และพลวัตของลูกทุ่งอีสานมีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งในแต่ละช่วงเวลามีการนำเสนอภาพแทนของความเป็นอีสานที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการเมืองในช่วงเวลานั้น ๆ ด้วย

ช่วงทศวรรษ 2530 เพลงค่ายใหญ่อย่างแกรมมี่โกลด์พยายามนำเสนอภาพคนอีสานในเมืองหลวงเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นแรงงานอีสานพลัดถิ่น ส่วนเพลงอีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสายตาศิลปินรุ่นใหม่จากในท้องถิ่นเป็นหลัก

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการเผยแพร่อัตลักษณ์ความเป็นอีสานผ่านเพลงลูกทุ่งตั้งแต่ทศวรรษ 2510-2530 เพื่อศึกษาว่าครูเพลงอีสานเสนอภาพอัตลักษณ์ของตนเองผ่านเพลงอย่างไรและมีความเปลี่ยนแปลงในทางดนตรีอีสานอย่างไรบ้าง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างความรู้ความเข้าใจถึงอัตลักษณ์ความเป็นอีสานผ่านเพลงลูกทุ่งตั้งแต่ทศวรรษ 2510-2530
2. สร้างความรู้ความเข้าใจความเปลี่ยนแปลงในทางดนตรีอีสาน

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. ใช้มุมมองแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (identity)



2. ทบทวนเอกสารทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอีสาน
3. ใช้วิธีการสัมภาษณ์ศิลปินอีสาน

แนวคิดการใช้อัตลักษณ์ (identity) กับความเป็นลูกอีสาน

“ฝั่งโขงเมื่อยามค่ำแลง ฟ้าเปลี่ยนสีแดงคำรอน ๆ เสียงแคนผู้ใด
แว่วอน อ่อนคำฮักเหมือนอ้ายเรียกเอน ตีกลองน้ำเพลิดเพลิน
ตุ้มเตอะเตินละวังเวินแว่วมา ขอฝากสำเนียงนี้ล่อยล่อง ล่องลอย
ไปทั่วธาราสะกดเป็นมนต์ให้พญา ลอยล่องมาหาน้องอยู่เวินเวิน”

เพลงอีสานลำเพลิน (ปี พ.ศ. 2516) ขับร้องโดย อังคนางค์ คุณไชย
ประพันธ์โดย สุรินทร์ ภาคศิริ

เพลงอีสานลำเพลิน แต่งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 โดยสุรินทร์ ภาคศิริ
ขับร้องและเผยแพร่เป็นคนแรกโดย อังคนางค์ คุณไชย บอกเล่าถึงความเป็น
วัฒนธรรมอีสานที่สัมพันธ์กับ “เสียง” ในมิติของผัสสะการได้ยินที่คนอีสาน
คุ้นเคย คือแคนที่คุ้นเคยและเสียงกระทบกันของแม่น้ำโขงกับชายฝั่งที่
เปรียบเสมือนเสียงกลองที่กำกับจังหวะ เป็นประสบการณ์หนึ่งที่เชื่อมสำนึกร่วม
ทางชาติพันธุ์กับพื้นที่และเวลาในเพลงเดียว

เพลงอีสานลำเพลินถือเป็นเพลงอีสานในยุคแรก ๆ ที่สร้างภาพลักษณ์
ของคนอีสานให้โด่งดังอย่างรวดเร็วผ่านการเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง
บัวลำภู นอกจากนี้เพลงดังกล่าวนี้ถือเป็นเพลงที่สร้างสำนึกร่วมของความเป็น
ลูกอีสาน เห็นได้จากการผลิตซ้ำหลายครั้ง อาทิ บานเย็น รากแก่น (ปี พ.ศ.
2548) ต่าย อรทัย (ปี พ.ศ. 2558) เป็นต้น



นอกจากนี้ เมื่อปี พ.ศ. 2557 อีสานลำเพลินยังโด่งดังไปไกลถึงออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และปี พ.ศ. 2559 กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ญี่ปุ่นได้มาขอลิขสิทธิ์เพลงอีสานลำเพลินเพื่อไปประกอบภาพยนตร์ ในปี พ.ศ. 2560 นักข่าวทางด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นได้เชิญอังกาจ คณไชย และอัน แคนเซียไปโซว์ที่ประเทศญี่ปุ่นอีกครั้ง และปี พ.ศ. 2562 ครูสุรินทร์ ภาคศิริ ได้รับเชิญไปสนทนาเรื่องการแต่งเพลงประกอบภาพยนตร์ โดยสภาวัฒนธรรมแห่งโตเกียวจากการแต่งเพลงอีสานลำเพลินนี้ (Tangsuthijit, 2023) การที่เพลงอีสานลำเพลินถูกทำให้มีชีวิตชีวาอย่างต่อเนื่องยาวนานมาหลายทศวรรษนี้ ส่วนสำคัญคือการนำเสนออัตลักษณ์ของความเป็นอีสานผ่านดนตรี ที่มีการนำลำเพลินมาผนวกกับเพลงแบบตะวันตก ซึ่งในทศวรรษ 2510-2520 ถือเป็นสิ่งใหม่มากในวงการเพลงอีสาน ดังนั้น จึงเห็นทั้งความใหม่และความเป็นพื้นถิ่นของอีสานผ่านเพลงนี้ได้อย่างมีเอกลักษณ์

ในอดีตแคนเป็นเครื่องดนตรีที่ใช้กันเพื่อความบันเทิงและในพิธีกรรมในเวลาต่อมาแคนนั้นได้ถูกนำมาเป็นเครื่องดนตรีเพื่อความบันเทิงอย่างเดียวมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลุ่มนักดนตรีอาชีพได้หยิบยกแคนขึ้นมาใช้เป็นอัตลักษณ์เสียงดนตรีอีสาน เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มแรงงานอีสานพลัดถิ่น (Anne, 2016) Hall (1990) กล่าวว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ และรหัสวัฒนธรรมที่ใช้ร่วมกัน นอกจากนี้ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมยังเป็นการระบุหน่วยที่ไม่แน่นอน ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นภายในวาทกรรมของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ดังนั้น จึงมีการเมืองของอัตลักษณ์เกิดขึ้น (Hall, 1990)

เพลงลูกทุ่งอีสานถือเป็นสื่อหนึ่งที่สร้างสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์ของคนอีสานที่มีร่วมกันในหลายมิติ ทั้งสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม



การเมือง และเศรษฐกิจ ทั้งหมดที่กล่าวมาถูกสร้างและผลิตซ้ำให้เกิดอัตลักษณ์ของคนอีสาน และเพลงลูกทุ่งอีสานในแต่ละช่วงเวลา โดยเฉพาะกับกลุ่มแรงงานอีสานพลัดถิ่น

ในช่วงปี พ.ศ. 2521 สุรินทร์ ภาคศิริ แต่งเพลงลูกทุ่งคนยาก ให้กับ สนิธ สมมาตร ร้องประกอบภาพยนตร์เรื่อง มนต์รักแม่น้ำมูล ฉายภาพของศิลปินลูกทุ่งอีสานที่ดั้นด้นเข้ามากรุงเทพฯ เอาดีทางการร้องเพลงเพราะอยากเลื่อนสถานะทางสังคมแต่มีความรู้น้อย ต้องใช้พรสวรรค์ด้านเสียงช่วยผลักดัน จึงเป็นภาพแทนของศิลปินอีสานในยุคนั้น อาทิ เพลงหนุ่มลำน้าชี (ปี พ.ศ. 2520) ร้องโดยดาว บ้านดอน นอกจากนี้ยังมีเพลงจำนวนมากที่บอกเล่าถึงคนอีสานพลัดถิ่นที่เป็นกลุ่มแรงงาน ใช้แรงในการแลกเงิน

กลุ่มแรงงานพลัดถิ่นอีสาน เนื่องจากในช่วงแรกของการเป็นแรงงานที่ขาดทักษะฝีมือตั้งแต่ทศวรรษ 2500 จึงถูกดูถูกดูแคลนในทางวัฒนธรรม ดังนั้นพวกเขาจึงได้สร้างพื้นที่ทางสังคม และวัฒนธรรมในการแสดงออกถึงวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ผ่านภาษา อาหาร และดนตรี (Charles, 1967) วัฒนธรรมย่อยนอกจากจะใช้เป็นพื้นที่ของการรวมกลุ่มทางวัฒนธรรมแล้วยังเห็นได้ว่าวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวนี้ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์แห่งการต่อต้านบางอย่าง ดังจะเห็นได้จากงานของ ดิกก์ เฮ็บดิจ (Hebdige, 1997) แม้จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมต่อต้านของวัยรุ่นอังกฤษที่มีต่อวัฒนธรรมกระแสหลัก โดยการใช้วัฒนธรรมการบริโภคในชีวิตประจำวัน ศิลปะ และดนตรี การที่วัยรุ่นอังกฤษแสดงวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวนี้ออกมาถือเป็นระบบการสื่อสาร และการเป็นตัวแทนของโครงสร้าง ดิกก์ เฮ็บดิจ เรียกสิ่งนี้ว่า “การแลกเปลี่ยนรหัสของสารในกลุ่มเดียวกัน” (Coded Exchanges of Reciprocal Messages) (Hebdige,



1997) กล่าวคือ วัฒนธรรมย่อยนี้สามารถนำไปสู่การต่อสู้ทางวัฒนธรรม โดยการผลิตสร้างวัฒนธรรมบริโภคแบบใหม่ได้ภายในตัวเอง

การผลิตสร้างวัฒนธรรมบริโภคในกลุ่มแรงงานอีสานก็ถือได้ว่าเป็นการต่อสู้ทางวัฒนธรรมและชนชั้นของผู้ถูกกดทับในมิติหนึ่ง ชาร์ลส์ เอฟ คายส์ (Charles. F. Keyes) กล่าวถึงการมองพัฒนาการทางการเมืองอีสานไว้อย่างน่าสนใจว่า คนอีสานนั้นเชื่อมั่นในระบบรัฐสภามาตั้งแต่เปลี่ยนแปลงการปกครองใน พ.ศ. 2475 แต่หลังจากเหตุการณ์สังหารสี่รัฐมนตรีอีสานในปี พ.ศ. 2492 ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์สำคัญ สะท้อนภาพการเมืองที่คนอีสานมีต่อการเมืองระดับชาติว่า แม้จะเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศแต่ก็ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรม สิ่งดังกล่าวถูกผลักดันให้เป็นแรงกระตุ้นในการพัฒนาอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นอีสาน โดยเชื่อมโยงกับอุดมคติทางการเมืองเป็นสำคัญ (Charles, 1967)

ขณะที่ พัฒนา กิตติอาษา (Kitiasa, 2011) เสนอมุมมองเกี่ยวกับดนตรีและแรงงานอีสานไว้อย่างน่าสนใจว่า แรงงานอีสานข้ามแดน (รวมถึงข้ามชาติ) มีการสร้างชุมชนคนพลัดถิ่นผ่านวัฒนธรรมดนตรี โดยมี “การลงทุนทางอารมณ์และทางวัฒนธรรม” (Emotional and Cultural Investment) ที่ได้ใช้ดนตรีเป็นสื่อประกาศจุดยืนทางอัตลักษณ์ และความเป็นตัวของตัวเองในทางวัฒนธรรมอย่างแข็งขันและต่อเนื่อง

จะเห็นได้ว่าพัฒนาการด้านอัตลักษณ์ของคนอีสานผูกพันกับระบบการเมือง เศรษฐกิจ จนนำมาสู่การแสดงออกทางวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งเจมส์ ลีโอนาร์ด มิทเชลล์ (Mitchell, 2015) กล่าวไว้ว่า “การถูกกดขี่ด้วยโครงสร้างที่มีอำนาจเหนือกว่า บางครั้งอาจจะเป็นหนทางให้วัฒนธรรมชายขอบสามารถอยู่รอดและเติบโตได้” อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ลาว อีสานผู้ถูกกดขี่ด้วย



โครงสร้างทางสังคมอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถขับเคลื่อนวัฒนธรรมบันเทิงให้เป็นที่ยอมรับได้ในเวลาต่อมา ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ที่ผลักดันให้เกิดกระแส “อีสานป๊อป³” (Isan Popular Culture) เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องในระบบอุตสาหกรรมบันเทิง

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 หลังการเสียชีวิตของสุรพล สมบัติเจริญ ทำให้นักร้องและวงดนตรีหลายวงแข่งขันกันเติบโตเพื่อช่วงชิงพื้นที่ในวงการลูกทุ่งไทย เนื่องจากสิ้นยุคของราชาเพลงลูกทุ่งไปแล้ว เป็นหมุดหมายที่จะก่อกำเนิดราชาลูกทุ่งคนต่อไปได้ การแสดงลูกทุ่งจึงมีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้ชม เช่น บางวงมีหางเครื่อง มีตลก และโอกาสนี้ศิลปินอีสานได้เผยแพร่อัตลักษณ์ตัวตนของตนเองขึ้นมาโดยมีการใช้ภาษา วัฒนธรรมดนตรีของตนเองให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น จนนำไปสู่เพลงลูกทุ่งแนวใหม่ ภายใต้การผลิตจากกลุ่มศิลปินอีสานจำนวนมากในช่วงเวลานี้

ปี พ.ศ. 2517 คำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” ปรากฏชัดเป็นครั้งแรกจากการที่เพลงอีสานลำเพลิน ขับร้องโดย อังคนางค์ คุณไชย และประพันธ์โดย สุรินทร์ ภาคศิริ “ลูกทุ่งอีสาน” เป็นคำที่ถูกบัญญัติขึ้นมาใหม่เพื่อใช้นิยามตัวตนของนักร้องลูกทุ่งที่เกิดในดินแดนอีสาน กล่าวคือความเป็นลูกทุ่งอีสานนั้นมีการผสมผสานความเป็นดนตรีตะวันตกแบบลูกทุ่งภาคกลาง ผสมเข้ากับดนตรีหมอลำ มีสำเนียงลาวอีสาน หลังจากนั้นศิลปินอีสานได้หลั่งไหลเข้าสู่กรุงเทพฯ อย่างล้นหลามพร้อมกับแรงงานที่เข้ากรุงเทพฯ หลังการมีถนนมิตรภาพในทศวรรษ 2510 อาทิ ดาว บ้านดอน ศักดิ์สยาม เพชรชมภู ขวัญชัย เพชรร้อยเอ็ด ร้อยเอ็ด เพชรสยาม และเทพพร เพชรอุบล นอกจากนี้ เทพบุตร สติรอดชมภู

³ อีสานป๊อป หรือ Esan popular เป็นกระแสความโด่งดังของเพลงอีสานที่ศิลปินเข้ามาสู่วัฒนธรรมบันเทิงกระแสหลัก



ได้มีการตั้งวงดนตรีขึ้นมาโดยมีบ้านเย็น รากแก่น เป็นนักร้องนำ เพลงที่โด่งดังคือ คีนเพ็ญเข็นฝ้าย ประพันธ์โดยครูสุรินทร์ ภาคศิริ

ถนนมิตรภาพเป็นผลพวงแห่งการพัฒนาหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่สหรัฐอเมริกาเข้ามามีบทบาทโดยตรงกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงปี พ.ศ. 2508-พ.ศ. 2518 และหลังจากที่แพ้สงครามเวียดนามอเมริกา ก็ลดบทบาทลงอย่างชัดเจน แต่ยังคงมีความพยายามที่จะรื้อฟื้นไว้ซึ่งบทบาทและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับกลุ่มสมาชิกนาโต้ (NATO) และประเทศแถบตะวันออกเฉียงกลาง (Chaynam, 2016) พื้นที่อีสานจึงมีความสำคัญในมิติภูมิรัฐศาสตร์ และได้รับการพัฒนาในช่วงสงครามเย็น ด้วยเหตุนี้การเกิดขึ้นของถนนมิตรภาพจึงมีศิลปินชาวอีสานลุกขึ้นแต่งเพลงเสียดสี (Satirical Music) เช่น สุรชัย จันทิมาธร หรือหงา คาราวาน ได้ออกอัลบั้มชุด ถนนมิตรภาพ (ปี พ.ศ. 2527) และเพลงเชิงอีสาน คาราวาน อัลบั้มอเมริกันอันตราย (ปี พ.ศ. 2519) กล่าวถึงถนนมิตรภาพในอีกมิติหนึ่ง ซึ่งให้ภาพของการเป็นประจักษ์พยานของสงครามเวียดนามอันโหดร้าย ที่ทหารอเมริกันมาสร้างไว้ให้กับรัฐบาลไทยเพื่อเป็นเส้นทางลำเลียงกำลังไปโจมตีเพื่อนบ้าน และความไม่ชอบธรรมที่สหรัฐอเมริกาเข้ามาแทรกแซงการเมืองไทยในขณะนั้น

จะเห็นได้ว่าถนนมิตรภาพมีทั้งสองกระแสหลัก คืออย่างแรก คนอีสานมองในแง่ของความเจริญในด้านคมนาคม และอย่างที่สอง การมีรากความคิดแบบซ้ายผ่านเพลงเพื่อชีวิตของวงคาราวาน ที่โจมตีรัฐบาลและการเข้ามาของสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ทศวรรษ 2510-2520 เป็นต้นมา

ในช่วงปี พ.ศ. 2529 กระแสเพลงลูกทุ่งอีสานได้รับการตอบรับอย่างมาก มีครูเพลงที่สำคัญคือสมุทุม ไผ่ริมบึง ผู้บุกปั้นพรศักดิ์ ส่องแสง จากเพลงลำเต้ยอีสานสองฝั่งโขง เต้ยสาวจันทร์กั้งโกบ จนทำให้เขาเป็นหมอลำคนแรก ๆ



ที่มีชื่อเสียงสามารถตระเวนแสดงคอนเสิร์ตทั้งในและต่างประเทศ (Tangsuthijit, 2023) อัตลักษณ์ของอีสานช่วงเวลาดังกล่าวจึงเปิดโอกาสให้คนเพลงลูกทุ่งอีสาน หรือ ลูกทุ่งหมอลำอีสานเติบโตภายใต้กระแสวัฒนธรรมบันเทิงไทยกระแสหลักได้อย่างต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์อีสานเริ่มเผยขึ้นมาอย่างชัดเจนในช่วงทศวรรษ 2510 ตั้งแต่ที่ครูสุรินทร์ ภาคศิริ แต่งเพลงอีสานลำเพลินขึ้นมา ซึ่งมีการนำเอหมอลำแบบพื้นถิ่นมาผนวกเข้ากับดนตรีตะวันตก และเล่าเรื่องราวความเป็นพื้นถิ่นอีสานผ่านพื้นที่ แสดงให้เห็นสภาพอีสานอย่างแม่น้ำโขง ต่อมา มีการประกาศใช้คำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” ในปี พ.ศ. 2517 ยิ่งทำให้อัตลักษณ์อีสานมีที่ทางมากขึ้นในการเป็นเพลงประเภทหนึ่งในวงการดนตรีประเทศไทยอย่างสมบูรณ์ ประการหนึ่งที่สำคัญคือการบอกเรื่องราวของชนบทอีสานที่สอดคล้องกับความเป็น “เพลงลูกทุ่ง” ที่หมายถึงเพลงที่เล่าเรื่องราวของชนบท เพลงลูกทุ่งอีสานในช่วงเวลาดังกล่าวจึงเป็นการเผยความเป็นลูกอีสานที่พึงใจกับท้องถิ่นตนเองอยู่มาก และมีการแสดงออกให้เห็นถึงสภาพวิถีอีสานมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะด้านอาหารการกิน ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

“เพลงอีสานบ้านเฮา” อัตลักษณ์เสียงและวิถีไทบ้านอีสานในเพลงลูกทุ่ง

ในปี พ.ศ. 2518 พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา ได้แต่งเพลงอีสานบ้านเฮาขึ้นเพื่อบอกเล่าถึงความเป็นชนบทอีสานที่มีความอุดมสมบูรณ์ความสนุกสนาน เป็นการฉายภาพชนบทที่สวยงาม ความเป็นอีสานที่มีแต่ความสวยงาม รื่นรมย์ (Romanticize) ภายหลังเพลงนี้กลายเป็นเพลงสร้างสำนึกร่วมทางชาติพันธุ์ของคนอีสาน นำไปสู่การผลิตซ้ำในวัฒนธรรมกระแสหลักคือการรวมอัลบั้มของ



ศิลปินค่ายแกรมมี่ และเป็นเพลงประกอบละครช่องใหญ่อย่างต่อเนื่อง อาทิ ปี พ.ศ. 2559 อัลบั้ม ผাগไว้ในแผ่นดิน พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา หอมดอกผักกะแยง 2 โดยมีศิลปิน ได้แก่ ศิริพร อำไพพงษ์ ไมค์ ภิรมย์พร ต่าย อรทัย มนต์แคน แก่นคูน ฟี สะเดิด ดอกอ้อ หุ่นทอง ก้านทอง หุ่นเงิน และเต๋า ภูศิลป์ ต่อมา พ.ศ. 2562 เพลงนี้ได้กลายเป็นเพลงประกอบละครดอกคุณเสียงแคน ช่อง GMM25 และปี พ.ศ. 2564 เป็นเพลงประกอบละครมนต์รักผักกะแยง ช่อง 3 จนในที่สุดเพลงดังกล่าวกลายเป็นเพลงประจำภาคอีสานไปโดยปริยาย

เพลงอีสานบ้านเฮาเป็นการพรรณนาถึงภาพของสังคมชนบทอีสานผ่านอาหารการกิน วิถีชีวิตที่สงบสุข เป็นการมองสังคมอีสานในวิถีทางแห่งการโหยหาอดีต เฟรดริก เจมสัน (Fredric Jameson) อธิบายปรากฏการณ์ของการโหยหาอดีตผ่านภาพยนตร์ย้อนยุคว่า ไม่เป็นเพียงการแค้ย้อนกลับไปหาอดีตอันไกลโพ้นในแง่ของสุนทรียภาพทางอารมณ์เท่านั้น แต่ยังหมายถึงการคิดใคร่ครวญถึงอดีตที่ผ่านมาแล้ว แต่ถูกนำมาพิจารณาใหม่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงแห่งยุคสมัย (Kitiasa, 2003) นอกจากนี้ เสียงดนตรีอีสานที่เปรียบเปรยกับเสียงสัตว์ที่สะท้อนถึงมณฑลแห่งเสียง (Soundscape) ของวัฒนธรรมอีสานที่ฝังรากลึกผูกพันกับผู้คนในวัฒนธรรม เช่น การร้องของกบ เขียดเมื่อเจอฝนเหมือนคนอีสานสนุกสนานราวกับได้ฟังการขับกล่อมของหมอลำ

เสียงแห่งธรรมชาติที่อยู่ใมนต์สำนึกของชาวอีสานนี้ล้วนเต็มไปด้วยสัญลักษณ์ในตัวเอง โดยเฉพาะสัญลักษณ์แห่งการเปลี่ยนผ่าน (Undergone Transformation) งานของ Schafer (1997) แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของเสียงในเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ เขายกตัวอย่างเสียงของเครื่องจักร ที่ถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความสุขของคนยุโรปในศตวรรษที่ 18 เมื่อการปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นสิ่งที่สร้างความตระหนักให้แก่มนุษย์ ว่าสามารถปลดปล่อยมนุษย์ออกจาก



พัฒนาการของโลกอันล้ำหลัง พร้อมทั้งจะก้าวเข้าสู่ยุคของอำนาจ และความก้าวหน้าแห่งเทคโนโลยี (Schafer, 1997) ขณะที่เพลงอีสานบ้านเฮา ที่มีการเปรียบเปรยถึงเสียงกบ เขียด ให้เป็นสัญลักษณ์แห่งการปลดปล่อยของคนอีสาน เป็นเครื่องแสดงถึงการนำพาเกษตรกรอีสานออกจากความแห้งแล้ง โดยเฉพาะช่วงทศวรรษ 2510 ถึงต้น 2520 ที่อีสานยังคงเป็นสังคมเกษตรกรรมที่รอคอยฝนฟ้าในการทำนาเป็นหลัก ก่อนจะมีการจัดการทรัพยากรครั้งใหญ่ที่สร้างวาทกรรมใหม่ “อีสานไม่แล้ง” ซึ่งจะกล่าวในส่วนตัวไป เสียงในบางมิติจึงเป็นสัญลักษณ์ในความหมายทางวัฒนธรรมได้ด้วยเช่นกัน

นอกจากอาหารการกินแล้วยังมีข้าวของเครื่องใช้ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ชายอีสานอย่างเช่น เพลงผ้าขาวม้า แต่งโดยครูสุรินทร์ ภาคศิริ เมื่อ พ.ศ. 2514 ในบันทึกของครูสุรินทร์ได้กล่าวถึงเบื้องหลังการเขียนเพลงผ้าขาวม้านี้ว่า ผ้าขาวม้าเป็นสิ่งที่อยู่ในวิถีของชายอีสาน ตั้งแต่สมัยที่ต้องเดินทางรอนแรมนอนป่า ผ้าขาวม้าอยู่ข้างกายตั้งแต่ตื่นเช้าล้างหน้า แปรงฟัน เป็นอุปกรณ์จับปลา และเป็นผ้านุ่งเครื่องแต่งกายได้อีกด้วยผ้าขาวม้าจึงเป็นสัญลักษณ์ของชายอีสาน (Somthep, 2014) สัญลักษณ์ดังกล่าวเห็นชัดเจนกับภาพของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่ได้ฉายาว่า “จอมพลผ้าขาวม้าแดง” ในช่วงทศวรรษ 2500 ผ้าขาวม้าจึงเป็นภาพแทนชายฉกรรจ์อีสาน แสดงถึงอำนาจแบบจอมพลสฤษดิ์ก็ได้ หรือจะแสดงถึงความเป็นชาวนายนากจนต่ำต้อยก็ได้เช่นเดียวกัน เห็นได้ว่าวัตถุทางวัฒนธรรมเดียวกันนั้นเป็นทั้งสัญลักษณ์แห่งอำนาจ และสัญลักษณ์แห่งความจน แต่สิ่งที่มีร่วมกันคือความเป็นชายอีสานที่ถูกแสดงออกผ่านผ้าขาวม้าบาง ๆ นี้เอง



อัตลักษณ์ความยากจนข้นแค้นของชาวอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสาน

อัตลักษณ์สำคัญอีกหนึ่งสิ่งในการกล่าวถึงคนอีสานคือความยากจน ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ทศวรรษ 2490 เป็นต้นมา ภาคอีสานถูกจัดการพื้นที่และพัฒนาโดยรัฐ เนื่องจากเกรงภัยของคอมมิวนิสต์ในช่วงเวลาดังกล่าว และแม้จะเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่มากที่สุด และจำนวนประชากรมากที่สุดในประเทศ แต่ยังมีความยากจนกว่าภูมิภาคอื่น ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ชี้การไม่เอาใจใส่ของรัฐบาลเท่าที่ควร และการกระจายทรัพยากรที่ไม่เสมอภาค (Soonthornpesach, 2005) ความยากจนจึงเป็นภาพแทนของคนอีสานดังจะเห็นได้จากเพลงคนขี่หลังควาย ขับร้องและประพันธ์โดย ดาว บ้านดอน หรือ เทียม เคิกศิริ ศิลปินชาวจังหวัดยโสธร มีการบันทึกเสียงเมื่อ พ.ศ. 2518 เพลงดังกล่าวสะท้อนภาพชาวอีสานที่เกิดมาพร้อมกับความยากจน และพยายามจะสื่อความหมายว่าความยากจนที่ติดตัวชาวอีสานนั้นเป็นเพราะโครงสร้างทางสังคม ทำให้ความเกียจคร้านของชาวนาไม่

นอกจากนี้ดาว บ้านดอนยังปรากฏเพลง “ป๋มข้าวกิน ” ในอัลบั้มชุดเดียวกัน เป็นการฉายภาพสะท้อนความทุกข์ยากของคนอีสานที่เผชิญร่วมกัน ในช่วงทศวรรษ 2510 จนภาพความยากจนนี้ผลิตซ้ำผ่านสื่อ โดยเฉพาะเพลงอีสานยุคดังกล่าวเรื่อยมา เกิดเป็นอัตลักษณ์ของชาวอีสานที่ถูกสร้างขึ้นจากคนอีสานด้วยกันเอง

ไม่เพียงแต่บทเพลงเท่านั้น ความยากจนข้นแค้นได้ถูกนำมาผลิตซ้ำจนกลายมาเป็นภาพแทนของคนอีสาน และถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนวนิยายเรื่องลูกอีสาน แต่งโดย Boonthavee (1992) ที่ฉายภาพให้เห็นถึงวิถีชีวิต ของคนอีสานที่อยู่ท่ามกลางความแห้งแล้ง ยากจนในช่วงทศวรรษ 2520 ภายหลังถูกสร้างเป็นภาพยนตร์เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2525 กำกับโดยวิจิตร คุณาวุฒิ



ในปี พ.ศ. 2515 ครูสุรินทร์ ภาคศิริ ได้แต่งเพลงดอกตู๋บาน ร้องโดย สนิธ สมมาตร เป็นการบรรยายถึงดงป่าตู๋ที่บ้านสระพังในเดือนมกราคมถึง กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นดอกไม้ที่อยู่ท่ามกลางท้องทุ่งอีสานในหน้าแล้ง ที่มีแต่ความแห้งแล้ง แต่ภายใต้ความแห้งแล้งยังมีดอกตู๋ที่ผลิดอกสีขาวแกมชมพู ซึ่งมีทั้งความงามและรสชาติที่คนอีสานนำมาประกอบอาหาร นอกจากนี้เพลงยังกล่าวถึงความฝันวันวานที่ผ่านพ้น เล่าถึงความอาวรณ์ถึงคนอีสานที่ได้ทิ้งทุ่งนาเพื่อไปแสวงหาความศิวิไลซ์ในเมืองใหญ่ ความแห้งแล้งของอีสานที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดแรงงานอีสานในเมืองใหญ่ เนื่องจากทรัพยากรในท้องถิ่นไม่เพียงพอในการเติบโตทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ เพลงที่ฉายให้เห็นถึงความแห้งแล้งของอีสาน ซึ่งจะกล่าวถึงพื้นที่ไหนไปไม่ได้เลยนอกจากทุ่งกุลาร้องไห้ ที่มีตำนานว่าเป็นพื้นที่แห้งแล้งที่สุดแห่งหนึ่งในอีสาน จนชาวกุลาดินทางผ่านมาต้องร้องไห้ ในปี พ.ศ. 2519 สุรินทร์ ภาคศิริ ได้แต่งเพลงทุ่งกุลาร้องไห้ ขับร้องโดย ศักดิ์สยาม เพชรชมภู ที่มาของเพลงนั้น ครูสุรินทร์ได้มีโอกาสนั่งรถผ่านทุ่งกุลาร้องไห้ด้วยความเว้งว้าง คิดถึงตำนานเล่าขานที่ได้ฟังคร่าว ๆ มาตั้งแต่ยังเด็ก จึงมานั่งทบทวนร้อยเรียงให้เป็นเพลง เพราะอยากให้คนได้รับรู้ถึงตำนานของชาวกุลาล่าผ่านเพลงบ้าง จนเมื่อแต่งคำร้องเสร็จสิ้นและได้ใส่ทำนองเพลงไทยเดิมคือ เพลงธรณีกรรแสง ที่ดัดแปลงมาเป็นเพลงลูกทุ่งสี่ท่อน เพลงดังกล่าวเป็นเพลงที่สะท้อนถึงความลำบากตรากตรำของชาวนาอีสาน ที่ต้องเผชิญกับความแห้งแล้ง ขาดแคลนน้ำท่าสำหรับใช้ในการอุปโภค บริโภค ในทางดนตรีมีการดำเนินทำนองการอินโทรด้วยเพลงธรณีกรรแสง ยิ่งตอกย้ำความทุกข์ยาก ระกำลำบากในท้องที่ชนบทอีสานในฐานะชายขอบได้อย่างน่าเศร้า ผ่านเรื่องเล่าตำนานท้องถิ่นของชาวกุลา (Somthep, 2014)



เพลงทุ่งกุลารั้วจึงเป็นภาพแทนอีสานช่วงก่อนทศวรรษ 2520 ซึ่งเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกับวรรณกรรมเรื่องลูกอีสาน บอกเล่าเรื่องราวอีสานในช่วงทศวรรษ 2510 เน้นการฉายภาพถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนอีสาน ที่มีชีวิตอยู่ด้วยความแห้งแล้ง ยากจน ไร้โอกาสทางสังคม

เมื่อปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา หน่วยงานภาครัฐจัดให้อยู่ในพื้นที่เฉพาะในการพัฒนา เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคม จัดว่าเป็นพื้นที่ประสบปัญหาความยากจน และความล้าหลังเป็นกรณีพิเศษ เห็นควรให้มีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน กล่าวคือรัฐบาลได้กำหนดแผนให้มีโครงการพัฒนาสมบูรณ์แบบในพื้นที่โดยเน้นการพัฒนาทุ่งกุลารั้วในสาขาการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตร มีแผนการปรับปรุงแหล่งน้ำและจัดระบบชุมชน (National Economic and Social Development Board, 1977) จนมีวาทกรรมว่า “ทุ่งกุลารั้วไม่ร้องไห้” อันเกิดจากโครงการอีสานเขียว เพลงลูกทุ่งอีสานได้มีการบอกเล่าเรื่องราวโครงการดังกล่าวผ่านเพลงอีสานเขียว (ปี พ.ศ. 2530) ร้องโดย พิมพา พรศิริ ประพันธ์โดยสรเพชร ภิญโญ

อย่างไรก็ดี แม้ว่าจะมีการจัดการทรัพยากรโดยหน่วยงานรัฐหลายต่อหลายโครงการที่ผ่านมา ตั้งแต่การมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจ เมื่อปี พ.ศ. 2504 ตลอดจนการพัฒนาชนบท โดยการปรับโครงสร้างของบทบาททหาร จากเดิมเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจด้านความมั่นคงเป็นหลัก เปลี่ยนบทบาทมาเป็นการทำงานด้านการพัฒนาร่วมกับเทคโนโลยี (Technocrat) ในพ.ศ. 2523-พ.ศ. 2531 ที่ได้เริ่มเห็นบทบาทของกลุ่มงานสถาบันต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการประสานงานองค์การพัฒนาชนบท (กป.อพช.) คณะกรรมการพัฒนาชนบทแห่งชาติ (กชช.) และคณะกรรมการสร้างงานในชนบท (กสช.) เป็นต้น (Prompanjai, 2011)



แต่ก็ยังพบว่าเกษตรกรในภาคอีสานยังคงมีรายได้ต่ำ และอีสานยังเป็นภูมิภาคที่มีรายได้ต่อครัวเรือนที่ต่ำกว่าภาคอื่น จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ และมีการประมวลผลโดยสำนักพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม สศช. พบว่า ในปี พ.ศ. 2531 ภาคอีสานมีการกระจายตัวของคนจนเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย คือ ร้อยละ 76.58 เมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคกลาง ร้อยละ 63.49 ภาคใต้ ร้อยละ 65.48 ภาคเหนือ ร้อยละ 68.64 และกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 24.72 (National Economic and Social Development Board, 2018)

ด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม จึงเป็นตัวกระตุ้นผลักดันให้คนอีสานจำนวนหนึ่งออกจากบ้านไปแสวงหางานอื่นในต่างแดน ดังนั้น ภาพความจนจึงมาพร้อมกับความแห้งแล้ง จนมีวาทกรรมแบบมุขปาฐะในชนบทอีสานว่า “สู้เขаб้านเฮามันแล้ง” เป็นคำปลุกใจให้ลูกอีสานเดินทางออกจากบ้านพร้อมความหวังในการเป็นแรงงานที่ต้องเผชิญโชคไกลบ้าน

อัตลักษณ์ของแรงงานอีสานข้ามแดน

สงครามโลกครั้งที่ 2 ในระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2490-พ.ศ. 2497 มีแรงงานในท้องถิ่นต่าง ๆ ในไทยอพยพเข้าสู่เมืองหลวง เฉลี่ย 37,000 คนต่อปี โดยเฉพาะแรงงานจากอีสานที่ในช่วงเวลาดังกล่าวมีสถานะเป็นเพียงแรงงานอพยพชั่วคราวจากการว่างงานในฤดูกาลทำนาที่บ้านเท่านั้น (National Economic and Social Development Board, 2018) ข้อเสนอสำคัญของ เจมส์ ลีโอนาร์ด มิทเชลล์ (Mitchell, 2015) กล่าวว่าเพลงลูกทุ่งมีบทบาทให้เกิดการฟื้นฟูอัตลักษณ์และวัฒนธรรมลาว-อีสาน ตั้งแต่ทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา ซึ่งเพลงลูกทุ่งได้เปิดโอกาสให้คนอีสานจำนวนมากได้ก้าวเข้าสู่สังคมไทยในกระแสหลักผ่านการมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมบันเทิง สร้างสำนึกให้คนอีสานมี



อิทธิพลมากขึ้นในฐานะผู้บริโภค จนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการเมืองไทยในปลายทศวรรษ 2540 เหตุการณ์ชุมนุมของคนเสื้อแดง

ผู้เขียนเห็นว่าการงานของมิตเชลล์ปูทางให้เห็นถึงเส้นสายการเดินทางของกลุ่มผู้บริโภค หรือ แฟนเพลงชาวแรงงานอีสานที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนทิศทางของเพลงลูกทุ่งอีสานมาตั้งแต่ทศวรรษ 2490 เรื่อยมาถึงทศวรรษ 2540 ที่เพลงเป็นมากกว่าสื่อบันเทิง แต่เพลงยังสามารถมีส่วนสำคัญในการประท้วงและเรียกร้องสิทธิของผู้คนในสังคมได้ โดยเฉพาะกับกลุ่มแรงงานชายขอบ เพลงลูกทุ่งอีสานจึงถือเป็นหน่วยวัฒนธรรมย่อยรูปแบบหนึ่งที่แสดงออกผ่านความตึงเครียดระหว่างผู้มีอำนาจกับผู้ที่ถูกกดทับ (Hebdige, 1997)

สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างการเมืองและวัฒนธรรมนั้นคือเศรษฐกิจที่แรงงานอีสานรู้สึกถึงความน้อยเนื้อต่ำใจและมีสถานะเป็นรองในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ได้แสดงออกผ่านทางเพลง

ภาพของชายหนุ่มอีสานที่ต้องสูญเสียหญิงอันเป็นที่รักจากการเดินทางไกลบ้านเพื่อแสวงหาหนทางเติบโตทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ถูกแสดงออกอย่างชัดเจนในช่วงทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา นอกจากเส้นทางการคมนาคมจะสะดวก เนื่องจากมีถนนมิตรภาพที่มุ่งตรงจากอีสานเข้าสู่กรุงเทพฯ ยังเห็นถึงเส้นทางการเดินทางพลัดถิ่นในประเทศจนออกสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ดังเพลงของศักดิ์สยาม เพชรชมภู หรือบุญชื่น เสนาราช คือ “เพลงคักใจเจ้าแล้วบ่” กล่าวถึงผู้หญิงในแง่ลบ กล่าวคือหญิงสาวทะเลาะเถียงออกจากอีสานเข้าไปทำงานกรุงเทพฯ แต่ก็ไม่เป็นดังใจหมายอุ้มท้องซมซานกลับมาที่อีสานอย่างเดิม และอีกหนึ่งเพลงในช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือ เพลงตามน้องกลับสารคาม (ปี พ.ศ.



2514) ก็เป็นมุมมองชายอีสานที่มองผู้หญิงออกต่างบ้านในการเลื่อนสถานะทางสังคมที่ไม่เป็นไปตามศีลธรรมอันดีนัก

เพลงตามน้องกลับสารคาม เป็นเพลงที่บอกถึงเส้นทางการเดินทางของผู้คนอีสานยุคทศวรรษ 2510 ที่สภาพสังคมอีสานในช่วงเวลาดังกล่าวกำลังเกิดการพัฒนารวดเร็ว ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาตั้งแต่สมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2504-2506) มีการพึ่งพาทุนสนับสนุนในการพัฒนาประเทศ ภายใต้อุดมการณ์ความหวาดกลัวภัยคอมมิวนิสต์ จึงได้มีการอนุญาตให้สหรัฐอเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพเพื่อทำสงครามในประเทศแถบอินโดจีน นโยบายการพัฒนาประเทศแบบจอมพลสฤษดิ์ยังคงดำเนินต่อเนื่องไปจนถึงรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร (Chalermtiarana, 2005) ซึ่งรัฐไทยได้รับงบประมาณจากยู.เอส.อม (The United States Operations Mission) สหรัฐอเมริกาพัฒนาระบบขนส่งทางบกและทางอากาศ และขยายสนามบินในประเทศไทย ได้แก่ ท่าคลี จังหวัดนครสวรรค์ นครราชสีมา อุดรธานี อุบลราชธานี และเชียงใหม่ แล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2503 (Pawakapan, 2013)

หากพิจารณาถึงเนื้อเพลงจะเห็นว่าเส้นทางการเดินทางคืออุดรธานี และหนองคายเป็นแหล่งของการมีคลับและบาร์ ซึ่งเป็นผลพวงของการตั้งค่ายทหารของสหรัฐอเมริกาในจังหวัดอุดรธานีในช่วงเวลานั้น การเติบโตของเมืองอุดรทำให้ภูมิทัศน์การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอีสานเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยเฉพาะภาพของการเป็นแหล่งมั่วสุมและอโคจรภายใต้เงินลงทุนอย่างมหาศาล

การเติบโตของจังหวัดอุดรธานีเกิดขึ้นจากการมีอาชีพต่าง ๆ ขึ้นมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของทหารอเมริกัน อาทิ โรงแรม บาร์ ไนต์คลับ อาบอบนวด ฯลฯ จากรายงานสถิติพบว่า มีสถานประกอบการใหม่ ๆ



ได้จดทะเบียนขึ้นมากทุกปี ในปี พ.ศ. 2512 มีการจดทะเบียนขึ้นใหม่ 4 แห่ง พ.ศ. 2514 เกิดขึ้นมากถึง 483 แห่ง และเกิดขึ้นมากอย่างต่อเนื่องหลังปี พ.ศ. 2517 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2521 การจดทะเบียนพาณิชย์ในอำเภอเมืองอุดรธานี มีมากถึง 4,299 แห่ง (Pattha, 2007) จากการเติบโตของเมืองอุดรที่มีขึ้นมาอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ในอีสานขึ้นมาด้วย หนึ่งในนั้น คือ การเป็นฟันเฟืองแรงงานในคลับบาร์ดังที่ในเพลงตามน้องกลับसारคามกล่าวถึง

อิทธิพลของสหรัฐอเมริกาที่มาพร้อมกับสถานบริการต่าง ๆ นี่ส่งผลทำให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมดนตรีแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาในวงการดนตรีลูกทุ่งในไทย โดยเฉพาะเพลงอีสาน เพลงตามน้องกลับसारคามเป็นเพลงที่จัดได้ว่ามีความเป็นสมัยใหม่ในยุคนี้ดนตรีเป็นจังหวะตะลุง เทมโป ซึ่งมิกซ์อายคล้ายกับเพลงเต้นรำ มีการใช้เครื่องดนตรีแบบตะวันตกเช่นแอกคอร์ดเดียน การโถ่ดั่งของเพลงดังกล่าวทำให้เทพบุตร สติรอดชมภู ได้ตั้งวงดนตรีให้กับศักดิ์สยาม เพชรชมภู (Palungwan, 2002) นอกจากนี้เพลงในยุคนี้ยังมีการใช้เครื่องเป่าอาทิ ทรอมโบน ทรัมเป็ต และแซกโซโฟน ซึ่งอิทธิพลเครื่องดนตรีดังกล่าวมีเข้ามาในวงการลูกทุ่งไทยโดดเด่นคือเพลงของสุรพล สมบัติเจริญ ไวพจน์ เพชรสุพรรณ และชาย เมืองสิงห์ เป็นต้น จากนั้นจึงขยายออกมาทางเพลงของลูกทุ่งอีสาน

ศักดิ์สยาม เพชรชมภู ให้สัมภาษณ์กับผู้เขียนว่า กระบวนการบันทึกเสียงที่เขาได้มีโอกาสเข้าบันทึกครั้งแรกในปี พ.ศ. 2514 นั้น เป็นการบันทึกรวมกันทั้งนักร้อง นักดนตรี ไม่ได้บันทึกแยกเครื่องดนตรีทีละชิ้นอย่างในปัจจุบัน และวงดนตรีที่เล่นให้ที่นี่เป็นวงของห้องอัด ซึ่งนักร้องและครูเพลงมีหน้าที่ถ่ายทอดคำร้อง และเพลงแรกของเขาคือตามน้องกลับसारคามที่ได้เนื้อเพลงมาจากครูฉวีล อติบุตรตา นำมามอบให้ตอนที่เขาเล่นดนตรีที่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จากนั้นเทพบุตร สติรอดชมภูเห็นแววจึงพามา



อัดแผ่นเสียงที่ห้องอัดศรีกรุง ในกรุงเทพฯ โดยมีครูพีระ ตรีบุปผา และครูชาญชัย บัวบังศรี เป็นผู้เรียบเรียงเสียงดนตรีให้ (Pecharachompoo, 2024)

ครูทั้งสองท่านเป็นครูเพลงลูกทุ่งที่มีชื่อเสียง เรียบเรียงเพลงตามน้อง กลับสารคามของศักดิ์สยามจนโด่งดัง เป็นตำนาน “ศักดิ์สยามวิคตัก” มาจนถึงทุกวันนี้ จากนั้นนักดนตรีอีสานนำเพลงนี้ไปผลิตซ้ำหลายรูปแบบ หนึ่งในความนิยมคือการร้องเล่นใส่เครื่องเป่าแบบตะวันตก

การมีแซกโซโฟนถือกำเนิดขึ้นในเพลงอีสานช่วงทศวรรษ 2510 ส่งผลทำให้ภูมิทัศน์ทางเสียงในวงการดนตรีอีสานเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หวนกลับ บทบาทดังกล่าวเกิดขึ้นพร้อมกับฝีมือการประยุกต์แซกโซโฟนเข้ากับดนตรีพื้นถิ่นของ สำราญ บุบผาวาสน์ ผู้ถูกยกย่องว่าเป็นนักดนตรีที่ได้นำแซกโซโฟน เข้ามาเล่นกับหมอลำเป็นคนแรก และได้มีโอกาสบันทึกเสียงประกอบให้ศิลปินอีสานหลายคน นอกจาก ศักดิ์สยาม เพชรชมภู แล้วยังมี เทพพร เพชรอุบล ร้อยเอ็ด เพชรสยาม ทองมี มาลัย บานเย็น รากแก่น ป. ฉลาดน้อย เป็นต้น (KKU Art and Culture Center, 2024)

นอกจากนี้การร้องและนักแต่งเพลงชาวอีสานพูดถึงสภาพสังคม เศรษฐกิจของอีสานในช่วงทศวรรษ 2510 แล้ว ยังมีอีกเพลงหนึ่งที่น่าสนใจ คือ เพลงจดหมายรักจากเมียเช่า แต่งโดย อาจินต์ ปัญจพรรค์ และถูกนำเสนอโดย มานี มณีวรรณ เพลงดังกล่าวแม้ไม่ได้บอกเล่าโดยคนอีสานเอง แต่ทำให้ได้เห็นถึงภาพผู้หญิงอีสานในฉากของเมืองอุดร ที่ได้มีสัมพันธ์สวาทกับทหารอเมริกัน แต่เมื่อชายทหารอเมริกันเสร็จสิ้นภารกิจต้องกลับประเทศ หญิงสาวผู้ขายบริการทางเพศจึงเขียนจดหมายไปหาด้วยภาษาที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในเวลานั้น



“ไอเขียนเลตเตอร์ถึงเธอเดียร์จอน เขียนในแฟลตที่อยู่เคยนอน จังหวัดอุดรประเทศไทยแลนด์”

เนื้อความดังกล่าวเห็นถึงการใช้ภาษาไทยที่ปะปนกับภาษาอังกฤษ หนึ่งเหมือนตลกร้ายที่คนแต่งเพลงยั่วล้อเสียดสีสังคมและอีกนัยหนึ่งพยายามจะส่งสาร สื่อความให้เห็นถึงความยากลำบากของหญิงสาวขายบริการที่หมดหน้าที่แต่กลับต้องเผชิญกับโรคภัยและสถานะทางการเงินที่ฝืดเคืองตามลำพัง

ภาพอีสานหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ตั้งแต่ทศวรรษ 2490 เรื่อยมา นั้นมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จากบนลงล่าง (Top Down) แน่นนอนว่าประการแรกคือทำให้หลายเมืองกลายเป็นเมืองเศรษฐกิจใหม่ เช่น อุดรธานี อุบลราชธานี นครพนม และนครราชสีมา เนื่องจากเป็นที่ตั้งของฐานทัพอเมริกัน สิ่งอำนวยความสะดวกและอาชีพใหม่ ๆ มีมากขึ้น ถือเป็นยุครุ่งเรืองของดนตรีมหรสพด้วยเช่นกัน เนื่องจากการเกิดขึ้นของไนต์คลับจำนวนมากส่งผลทำให้วัฒนธรรมการร้อง เล่น ดนตรีในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป อีกนัยหนึ่งได้สะท้อนเศษซากแห่งสงครามอันเสื่อมโทรม ณรงค์ วงษ์สวรรค์ ได้บันทึกเหตุการณ์ทหารอเมริกัน หรือ GI (Government Issue) ไว้ในช่วงปี พ.ศ. 2516 กล่าวว่า

“อเมริกันผู้มีอารมณ์ตึงเครียด อเมริกันผู้กลายเป็นทาสของความเหงาจากการห่างเหินบ้าน และอเมริกันผู้มีความเป็นชายดินเร้าโผงผางเหมือนกับผู้ชายทุกคน” (Wongswan, 1973)

เขากล่าวถึงการดื่ม กิน และกิจกรรมเสพผู้หญิง จนมาสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเหล่าทหารอเมริกัน สาเหตุหนึ่งสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีในไทยรุ่งเรืองยุคนั้นเป็นเพราะความสิ้นหวังและหวาดกลัวความ



ตายของทหารเหล่านี้ที่ไม่มีวันรู้ว่าจะมีชีวิตอยู่ไปถึงเมื่อไหร่ เขาจึงใช้เงินบำเรอความสุขไปวัน ๆ กับกิจกรรมเหล่านี้ ผลพวงที่ท้องถิ่นต่าง ๆ ได้รับคงไม่สามารถปฏิเสธความเจริญขั้นพื้นฐานที่ถูกห่มงบประมาณลงมามากมายมหาศาลเพื่อให้สงครามดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น และอิทธิพลทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว ชาวอีสานเองก็ต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดและเติบโตภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวนี้ด้วย

เพลงลูกทุ่งอีสานนอกจากจะกล่าวถึงการพลัดถิ่นในดินแดนของตนเอง (ภายในประเทศไทย) แล้ว ยังมีเพลงอีกกลุ่มหนึ่งที่กล่าวถึงความลำบากลำบากของการเดินทางไกลบ้าน พลัดถิ่นไปต่างประเทศ เพื่อแสวงโชคและทุนทางเศรษฐกิจภายนอก เช่น เมียป่าเพราะซาอู (ปี พ.ศ. 2528) ร้องโดย สมโภชน์ ดวงสมพงษ์ เพลงรอรักจากซาอู (ปี พ.ศ. 2525) ร้องโดย หงส์ทอง ดาวอุดร เพลงลอยแพ (ปี พ.ศ. 2526) ร้องโดย พรศักดิ์ ส่องแสง

เพลงลอยแพ (ปี พ.ศ. 2526) ร้องโดย พรศักดิ์ ส่องแสง แต่งโดย ครูรักษ วัฒนยา หรือ คำหอม พ่อฮ้างน้อย เป็นเพลงที่บอกถึงชะตากรรมของแรงงานอีสานที่ถูกหลอกไปขายแรงงานที่ตะวันออกกลาง บอกเล่าเรื่องราวฉากหลักของแรงงานชายฉกรรจ์อีสานจำนวนมากที่โยกย้ายไปเป็นแรงงานในประเทศแถบตะวันออกกลาง บ้างไปได้ดีกลับมาตั้งตัวได้ ร่ำรวย แต่ก็มีความจำนวนไม่น้อยเช่นกันที่ถูกโชคชะตาล้นแก้งถูกหลอกเป็นหนี้เป็นสินจนบ้านแตกสาแหรกขาด ถือเป็นเพลงหนึ่งที่ทำให้พรศักดิ์ ส่องแสง โด่งดังเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และถือเป็นศิลปินลูกอีสานที่สามารถเติบโตในวงการเพลงลูกทุ่งหมอลำได้อย่างมากในช่วงทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา จุดเด่นของเขาคือการร้องเพลงลำเต้ยประยุกต์เข้าหาดนตรีแบบตะวันตก คล้ายกับจังหวะดิสโก้ในไนต์คลับ โดยเฉพาะในเพลงสาวจันทร์กั้งโกบ เห็นถึงความแปลกใหม่ทางดนตรี



ยุคนั้นเป็นอย่างมาก เขาเคยให้สัมภาษณ์กับนิตยสารสารคดีเมื่อปี พ.ศ. 2533 ตอนหนึ่งว่า

“พอสาวจันทร์กั้งโกบออกมา มันเป็นสิ่งแปลกใหม่ เป็นหมอลำผสมลูกทุ่ง คือจังหวะของหมอลำมันสนุกอยู่แล้ว เราก็กะมาดัดแปลงใส่เนื้อแบบลูกทุ่งสลับกันไป ดนตรีก็เป็นจังหวะหมอลำ คนฟังก็ฟังรู้เรื่อง มันดังมาก ซึ่งสมัยก่อนหมอลำเป็นภาษาอีสาน ภาษาลาวหมด คนฟังไม่รู้เรื่องจึงไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร แต่ทุกวันนี้หมอลำดัดแปลงทั้งนั้น หมอลำลูกทุ่งผมเป็นคนดัดแปลงเป็นคนแรก...”
(Samutkupt et al.,1991)

เพลงสาวจันทร์กั้งโกบวางแผงครั้งแรกในปี พ.ศ. 2529 ในทางดนตรีถือเป็นเพลงที่มีความสมัยใหม่และก้าวหน้าในช่วงเวลานั้น แต่ในทางเนื้อหาสาระ เป็นเพลงประชดประชันเสียดสีผู้หญิงอีสานที่ใจง่าย ถูกหลอกและขมขานกลับมาบ้านนอก เห็นได้ว่าช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่สังคมอีสานมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เกิดการถ่ายเท เคลื่อนย้ายผู้คนในท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีงานใหม่ ๆ เข้ามาในระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่ตอบสนองทหารอเมริกันและการก้าวข้ามไปสู่สังคมสมัยใหม่ในกรุงเทพฯ เพลงจำนวนหนึ่งจึงสะท้อนวิถีคิดของชายในท้องถิ่นที่ไม่สามารถควบคุมผู้หญิงในแง่ของการดูแล ปกป้อง และครอบครองได้ จึงโยนบาปให้กับทุนนิยมสมัยใหม่ที่เข้ามาพร้อมกับการพลัดถิ่นฐานในการแสวงหาทุนภายนอก

ต่อมามีเพลงแก้ในมุมมองของฝ่ายหญิง ที่ให้มิติของผู้หญิงอีสาน เป็นเสียงโต้กลับมายาคติของผู้ชายบ้าง ในบทเพลงน้ำตาเมียซาอุ (ปี พ.ศ. 2529)



ร้องโดยพิมพา พรศิริ แต่งโดย สรเพชร ภิญโญ ที่กล่าวถึงภาพแทนบทบาทของ
ผู้หญิงที่ต้องรอคอยสามีที่ทำงานต่างแดน และภาระหนี้สินที่สร้างขึ้นเพื่อจะเป็น
ใบเบิกซื้อทางจากนายหน้าไปสู่ซาอู เนื่องจากในช่วงทศวรรษ 2520-2540
หน่วยงานรัฐยังไม่ได้มีบทบาทเข้ามาจัดส่งแรงงาน จึงขาดหลักประกันและ
สวัสดิการในการทำงาน จึงพบปัญหาการถูกหลอกลวงของแรงงานชนบทที่ไป
ทำงานต่างประเทศ (Asakit, 2018)

ด้วยความที่เพลงลูกทุ่งหมอลำอีสานส่วนใหญ่มีจังหวะที่สนุกสนาน แม้
หลายเพลงจะมีเนื้อหาที่ขมขื่นก็ตาม นี่ก็ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ถือเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้
ให้ภาพอีสานว่าเป็นคน “มักม่วน” (รักสนุก) ถูกเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน
ความเป็นตลกขบขันจึงเกาะเกี่ยวกับเพลงอีสานเสมอมา ตั้งแต่เพลงผู้ใหญ่ลี (ปี
พ.ศ. 2504) ที่เป็นเพลงล้อเลียนรัฐบาลบ้านอีสานที่โด่งดังในตำนาน ความ
ตลกขบขันยังถูกส่งผ่าน เผยแพร่มาอยู่ในเพลงในอีสานยุคต่าง ๆ ในหลายมิติ
ต่อเนื่องมาเรื่อย ๆ

อัตลักษณ์ของความสนุกสนานและตลกขบขันเล่าภาพอีสาน

ความตลกขบขันในวัฒนธรรมบันเทิง แต่แฝงด้วยความขมขื่นของอีสาน
ฝังรากลึกมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่การเป็นมุขปาฐะเสียดสีที่รู้จักกันในนาม
“การสอย” การสอยเป็นมุขปาฐะที่อยู่ในช่วงของการลำ คือให้ผู้ฟังมีปฏิสัมพันธ์
กับหมอลำ การสอยเป็นลักษณะที่สนุกสนาน อารมณ์ขัน เจ้าบทเจ้ากลอน เป็น
คำกลอนสั้น เนื้อความตลกขบขันล้อเลียนกลุ่มคนบางกลุ่ม อาทิ แม่หม้าย
คนชรา พ่อตา ลูกเขย เป็นต้น ซึ่งมีคำหยาบและเรื่องเพศปะปนอยู่มาก เช่น
สอย สอย เฒ่าลิตายบู้เจ้ากรรมนตรี บัดเขาจับของดี เปรม ๆ (แก่จะตาย
อยู่แล้วไม่รู้เจ้ากรรมนตรี พอเขาจับอวัยวะเพศร้อง เปรม ๆ) สอย สอย นกแดดแต่



บินข้ามปลายตอ ผู้ใดบ่ได้สี่ ส.ท.ป.ช. ผู้นั้นบ่ฮักชาติ หมายถึง ใครไม่ได้ร่วมเพศ กับไทยอาสาป้องกันชาติ ผู้นั้นไม่รักชาติ (Dhammawat, 1981)

จะเห็นได้ว่าคำสอยหากมองดูเผิน ๆ เป็นเสมือนคำหยอกล้อ สนุกสนานทั่วไป แต่นัยข้างในแฝงไปด้วยการเสียดสี ตลกร้าย ยั่วล้ออำนาจที่เหนือกว่า นอกจากเป็นการยั่วล้ออำนาจในเชิงความสัมพันธ์ในสังคม ครอบครัว เช่น พ่อตา ลูกเขย แม่ผัว ลูกสะใภ้ แม่หม้าย พ่อหม้ายแล้วยังมีการล้อเล่นกับ อำนาจรัฐและระบบราชการไทยด้วย ซึ่งในมิตินี้เป็นการปลดปล่อยอำนาจทาง สังคมบางอย่างในบางที่ทางบางสถานการณ์ เพราะคำบางคำในชีวิตประจำวัน เป็นสิ่งที่ไม่อนุญาตให้พูดถึงได้อย่างโจ่งแจ้ง โดยเฉพาะคำหยาบ เรื่องเพศ และการพูดถึงอำนาจบางอย่าง แมรี ดักลาส (Douglas, Mary) เสนอว่า โครงสร้าง ทางสังคมสัมพันธ์กับเรื่องราวที่เป็นสภาวะอันตราย การไม่มีระเบียบวินัย สิ่งปฏิญ และข้อห้ามต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องเพศที่เป็นสิ่งถูกควบคุม นอกจากนี้ เขายังได้กล่าวว่า บางทีการเปลี่ยนคำศัพท์อาจจะทำให้การพูดฟังดูขัดแย้ง น้อยลง (Douglas, 1984) การเลียงบาลี หรือ เลียงการใช้ภาษาบางอย่างใน เพลง หรือ ในกลอนลำต่าง ๆ นี้ก็อาจจะทำให้ดูเป็นสิ่งที่ติดตลก สามารถพ่วง โครงสร้างทางสังคมให้ผ่อนคลายลงไปได้ด้วยการยั่วล้อ ดังจะเห็นในเพลงผู้ใหญ่ ลี (ปี พ.ศ. 2504) ที่กล่าวถึงนโยบายเร่งพัฒนาของรัฐไทย ที่ไม่ได้มีความเข้าใจ ผู้คนในชนบทอีสานมากพอ แต่มีการเลือกคำมาใช้ได้อย่างชาญฉลาด เช่น “สุกร นั้นไซ้ร้ หมายน้อยธรรมดา”

เพลงอีสานจำนวนมากที่มีจังหวะสนุกสนาน แต่แฝงด้วยเนื้อหาที่ ถ่อมตนบนความน้อยเนื้อต่ำใจของครูเพลงชาวอีสาน โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 2510-2530 ที่เพลงอีสานโดยมากเน้นเล่าถึงฉากของชนบทอีสานที่ลำบาก ตรากตรำ ปะปนกับการเปลี่ยนแปลงสมัยใหม่ที่กำลังเข้ามาจากอิทธิพลสงคราม



เวียดนาม หรือสงครามเย็น เนื้อเพลงสาวอีสานรอรัก (2519-2520) แต่งโดย ครุสุมทุม ไร่ริมบึง หรือ แสนคม พลโยธา ชาวอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ตามประวัติเขาเคยรับจ้างขับรถให้ทหารอเมริกันในประเทศลาว ช่วงประมาณปี พ.ศ. 2516-2517 รวมถึงยังได้รับการสนับสนุนจาก พลโทแพงสี พนาเพชร ซึ่งเป็นนายทหารชั้นผู้ใหญ่ ณ นครเวียงจันทน์ในขณะนั้น มีการบันทึกเพลงจน โด่งดังที่ประเทศลาวมาก่อน

เพลงสาวอีสานรอรักเป็นบทเพลงหนึ่งที่กล่าวถึงภาพแทนหญิงอีสาน เพลงสาวอีสานรอรักก็เป็นเพลงหนึ่งที่มีความโดดเด่นในเรื่องของจังหวะ และความสนุกสนาน สิ่งที่น่าสนใจที่เพลงนี้มี และเป็นภาพแทนของหลายเพลงในยุคเดียวกันนั้นคือจังหวะแบบดิสโก้ ที่กำลังเข้ามาในช่วงที่ธุรกิจบันเทิงในอีสาน เติบโตพร้อมกับวัฒนธรรมการเที่ยวยามราตรีในขณะนั้น

เนื้อหาเพลงจะเห็นว่ามີลักษณะของการมองผู้หญิงอีสานในฐานะของการเป็นสาวบ้านป่า มีรูปพรรณสัณฐานคือการมีผิวคล้ำ เนื่องจากต้องทำไร่ทำนา และยังมีความรู้สึกที่เป็นรองสำหรับชายต่างถิ่นที่มองเข้ามา แม้ว่าจังหวะของเพลงจะมีความสนุกสนาน แต่เพลงนี้ก็ยังคงแฝงไปด้วยความตลกร้ายของ ผู้หญิงอีสานที่ถูกกดทับในเชิงโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมไปถึงอคติทางชาติพันธุ์ที่กล่าวถึงความเป็นลาวความเป็นสาวอีสานที่มีสถานะไม่ได้ทัดเทียมกับคนในเมือง ดังในเนื้อเพลงตอนหนึ่งว่า “เขาว่าน้องเป็นลาว เป็นสาว เมืองอีสานใจน้องนั้นเลือนลอย”

แต่อย่างไรก็ดี เพลงดังกล่าวยังคงเป็นที่นิยม โด่งดังในสังคมอีสาน หลายทศวรรษ มีการผลิตซ้ำของนักร้องอีสานหลายคน อาทิ ฝน ธนสุนทร (2558) มีการปรับเปลี่ยนดนตรีเล็กน้อยเพื่อให้เกิดความเป็นสมัยใหม่ ชาวอีสาน ยังคงชื่นชอบ เพราะแสดงถึงอัตลักษณ์บางอย่างที่ตนพยายามเผยให้คนนอก



เห็นเช่นเดียวกัน ผู้หญิงช่วงที่ทศวรรษ 2510 ยังคงเป็นเรื่องเล่าในเชิงทางเพศที่ไม่เป็นธรรมนักจากสายตาผู้ชายในท้องถิ่น ผู้เขียนมีความเห็นว่าน่าจะสืบเนื่องมาจากธุรกิจบันเทิงที่เติบโตยุคที่ทหารอเมริกันเข้ามาจำนวนมาก และการโยกย้ายถิ่นฐานของผู้คนที่เปิดโอกาสให้มีพื้นที่ใหม่ ๆ สำหรับการเคลื่อนย้ายของผู้หญิงอีสาน

การเคลื่อนย้ายของแรงงานอีสานจำนวนมากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง และการมีถนนมิตรภาพ ทำให้เกิดการถ่ายเทแรงงาน ความตลกร้ายอย่างหนึ่งที่โดดเด่นซึ่งสะท้อนผ่านบทเพลงคือการเป็นบ้านนอกเข้ากรุง การถูกล้อเลียนด้วยการพูดภาษาไทยกลางไม่ชัดเจน

ดาว บ้านดอน ในช่วงทศวรรษ 2510 ได้ถ่ายทอดเพลงตลกเพลงหนึ่งชื่อว่า “ทิดจ้อยปล่อยไก่” ทิดจ้อยคือชื่อของชายอีสานหลังผ่านการบวชพระจากนายจ้อยกลายเป็นทิดจ้อย เข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯ โดยเดินทางด้วยรถทัวร์ การเดินทางครั้งนี้ทิดจ้อยได้พบเจอศัพท์และสังคมใหม่ ๆ ตั้งแต่อยู่บนรถทัวร์จนถึงกรุงเทพฯ และการสนทนากับเจ้าแกคนจีนที่จะเป็นเหมือนผู้มีอำนาจเหนือคนอีสานในทางเศรษฐกิจ เหมือนกับเจ้าหน้าที่รัฐที่มีอำนาจเหนือในด้านการปกครอง เพลงดังกล่าวก็เป็นตลกร้ายที่คนอีสานถูกกดทับเมื่อออกมาอยู่ต่างแดน ต่างภาษา ต่างวัฒนธรรม ที่จำเป็นต้องปรับตัวและไม่มีสิทธิ์เผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองได้ในที่สาธารณะ ดังกล่าวจึงได้ทำให้วัฒนธรรมบันเทิงโดยเฉพาะเพลงที่อนุญาตให้พื้นที่ทางวัฒนธรรมกับแรงงานอีสานจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว นั้น

ไม่เพียงแต่เพลงเท่านั้น ในวัฒนธรรมบันเทิงของอีสานยังเห็นถึงบทบาททางดนตรีตลกที่ถือเป็นไม้ค้ำยันขับเคลื่อนวงการเพลงลูกทุ่งอีสานให้เดินได้อย่างมั่นคง ในปี พ.ศ. 2515 นพพล ดวงพร ได้ให้กำเนิดวงดนตรีคณะเพชร



พินทองขึ้น ซึ่งเป็นวงดนตรีพื้นบ้านอีสานที่มีการสื่อสารด้วยภาษาอีสานเต็มวง ครั้งแรก ๆ จากบทสัมภาษณ์ของสุขใจ เทียงตรงจิต ว่าการเล่นสดด้วยไหวพริบ ไม่ได้เป็นเสน่ห์อย่างเดียวของตลกคณะเพชรพินทอง แต่สิ่งสำคัญคือศิลปินตลกคณะนี้ให้เกียรติผู้ฟัง คือนอกจากการเล่นตลกแล้ว ยังพยายามยึดมั่นในขนบธรรมเนียม เขากล่าวว่าเพชรพินทองเป็นตลกที่แต่งกายสุภาพ สะอาด สะอาด มีการใช้คำหยาบคายบ้างเล็กน้อย (Jiamrattananyu, 2011)

เห็นได้ว่าอุดมคติการเป็นสมัยใหม่ของนักดนตรี หรือ ศิลปินอีสาน บางกลุ่มคือความสุภาพเรียบร้อย ที่สอดคล้องตามนโยบายรัฐที่มีมาตั้งแต่สมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ปี พ.ศ. 2483 ที่กล่าวถึงวัฒนธรรมต้องหมายถึงสิ่งดีงาม มีระเบียบเรียบร้อยและความมีระเบียบเรียบร้อยหมายรวมถึงการแต่งกายจรรยา และมารยาทในที่สาธารณะ (Act for the Promotion of National Culture B.E. 2483, 1940) เหมือนว่าการจะพาตัวเองออกนอกพรมแดนทางวัฒนธรรมของนักดนตรีอีสานยุคหนึ่งส่วนหนึ่งคือต้องมีความเป็นสมัยใหม่ ที่มีการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาผนวกกับวัฒนธรรมเดิมของท้องถิ่นตนเอง และต้องดำเนินตามชนบให้เป็นที่ยอมรับต่อส่วนกลางด้วย ตามค่านิยมของสังคมในขณะนั้น

ถือได้ว่าวงดนตรีเพชรพินทองเปลี่ยนหน้าตาและเสียงของวัฒนธรรมอีสานอยู่หลายด้าน ไม่เพียงแต่ใส่สูท ผูกไทด์ เล่นดนตรีตะวันตกผสมอีสาน แต่ยังก่อกำเนิดดนตรีอีสานร่วมสมัยอย่างพิถีพิถันการดนตรีอีสานไปอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน คือการมีทองใส ทับถนน ผู้ที่ประดิษฐ์ไฟฟ้าใช้คนแรก วงดนตรีเพชรพินทองจึงโดดเด่นทั้งการเป็นวงดนตรีอีสานที่เล่นผสมกับตะวันตก ซึ่งถือเป็นการเล่นดนตรีที่ทันสมัยมากในช่วงปี พ.ศ. 2515 และการใช้มุกตลกมาร้องเล่นผสมดนตรี

ตกลงถือเป็นรากฐานของความบันเทิงในวัฒนธรรมอีสานที่สืบต่อมาตั้งแต่หมอลำกลอน มาจนถึงยุคลูกทุ่งในช่วงทศวรรษ 2510 เรื่อยมา และจะเห็นได้ว่าความตกลงถูกใช้เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับคนอีสาน ทั้งรูปพรรณสัณฐาน สำเนียงภาษาที่ดูจะเป็นตัวตกในสายตาศูนย์กลางอำนาจ ศิลปินอีสานจึงใช้ความตกลงนี้ย้อนกลับมาบอกถึงความทุกข์ยาก เดือดร้อน ต่อต้าน และอีกมิติหนึ่งก็เป็นตกลงที่โอนอ่อนกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่รัฐเข้ามามีอำนาจในการควบคุมพฤติกรรมของผู้คนในสังคม

สรุป

เพลงลูกทุ่งอีสานได้ทำหน้าที่ในการบันทึกประวัติศาสตร์สังคม เศรษฐกิจและการเมืองในอีสาน โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่สอง (ทศวรรษ 2510-2530) ที่มีความเปลี่ยนแปลงค่อนข้างจะรวดเร็ว และกระจายตัวทั่วทั้งอีสาน อย่างน้อยที่สุดก็คือเส้นทางการคมนาคมทั้งถนนและรถไฟ รวมไปถึงระบบสาธารณสุขโรคต่าง ๆ ที่เข้ามาพร้อมกับทหารอเมริกันที่ต้องการไปทำสงครามในประเทศแถบอินโดจีน อัตลักษณ์ของความเป็นอีสานที่ว่านี้ โดยส่วนใหญ่เป็นมุมมองจากการมองของคนอีสานเอง ที่ต้องการจะเผยตัวตน นำเสนอความเป็นตนเองผ่านสื่อ นั่นคือเพลงออกสู่สาธารณชน โดยมีนัยทางสังคมบางอย่าง อาทิ การเมืองและเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ครูเพลงสะท้อนภาพตัวตนของท้องถิ่นอีสานในแบบที่อยากจะเป็น

จากการศึกษาพบว่า เพลงที่เผยอัตลักษณ์อีสานแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มแรกที่มีมองอีสานในฐานะของการเป็นผืนดินแห้งแล้ง ยากจน กลุ่มที่สอง กลุ่มเพลงที่บอกถึงความอุดมสมบูรณ์ในชนบทอีสาน มองแบบโรแมนติก การลิวลิวหาอดีตในมิติทางสุนทรียภาพทางอารมณ์ (Kitiasa, 2003)



ผู้เขียนเสนอว่าจากการสำรวจเพลงในช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ครูเพลงอีสานมีทั้งในรูปแบบของการเผยแพร่อัตลักษณ์ในด้านของการต่อต้านและการเผยแพร่อัตลักษณ์ เพื่อจะสอดคล้องกับวัฒนธรรมส่วนกลาง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการเอาใจกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค โดยการเข้าสู่ผู้คนอีสานที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศโดยเฉพาะกลุ่มแรงงานพลัดถิ่น การต่อสู้ทางชนชั้นในเพลงอีสานอาจจะไม่ใช่เพียงแค่การต่อต้านรัฐส่วนกลางหรือทุนนิยมอย่างแข็งทื่อ แต่อาจจะหมายถึงการปรับตัว เพื่อให้ตนเองมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจและการเป็นกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมตนเองผ่านการแสดงออกทางอัตลักษณ์ ซึ่งผูกพันสัมพันธ์กับการเมืองในฐานะคนส่วนใหญ่ในประเทศ และเพลงอีสานในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นถือเป็นการต่อสู้ทางการเมืองรูปแบบหนึ่งที่ส่งผ่านทางเพลง และตลก ซึ่งเป็นพื้นที่ของคนตัวเล็กตัวน้อยพยายามจะใช้ให้ “เสียง” ตนเองได้ “ส่งเสียง” ออกไปให้คนอื่นได้ยิน เช่นเดียวกับเพลงแร็ปของคนผิวสี

นอกจากนี้ อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือในแนวทางดนตรี ที่มีการรับตะวันตกเข้ามาในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ผ่านอุตสาหกรรมความบันเทิงแบบใหม่ ทั้งจากการเรียนรู้จากครูเพลงลูกทุ่งที่กรุงเทพฯ และความหลากหลายทางดนตรีที่เข้ามาพร้อมกับทหารอเมริกันในดินแดนอีสานจำนวนมากในช่วงทศวรรษ 2510 ทำให้เสียงที่คนอีสานรับรู้ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หวนกลับมา

ที่ชัดเจนที่สุดคือมรดกตกทอดของการใช้แซกโซโฟนในการแสดงหมอลำ และการดัดแปลงดนตรีต่าง ๆ เช่น พิณไฟฟ้า ปัจจุบันถูกปรับใช้เป็นการแสดงดนตรีอีสานทั่วทุกหัวระแหง ทั้งหมดทั้งมวลนี้ไม่สามารถปฏิเสธการเข้ามาของอิทธิพลตะวันตก และความเป็นสมัยใหม่ที่นักดนตรีอีสานพยายามปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงพยายามเอาใจกลุ่มคนรุ่นใหม่ในแต่ละยุค



สมัย จึงเกิดการสร้างอัตลักษณ์ทางดนตรีในอีสานแต่ละยุคที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา ที่ความเป็นอัตลักษณ์ของเพลงลูกทุ่งอีสานปรากฏชัดเจนที่สุด พร้อมกับการกำเนิดคำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปรากฏผ่านหมอลำซิ่งหรือดนตรีรถแห่ที่เป็นที่นิยมในอีสาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการศึกษานี้ยังคงเน้นหนักที่มุมมองของผู้ผลิต เช่น นักแต่งเพลง นักร้อง นักดนตรี ซึ่งยังขาดมุมมองของผู้ชมอยู่มาก หากมีการศึกษาต่อยอดเห็นควรเพิ่มมุมมองของผู้ชมและผู้บริโภค รวมถึงขยายระยะเวลาศึกษาให้เชื่อมโยงมาจนถึงยุคปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

Act for the promotion of national culture B.E. 2483. (1940). *Royal Thai Government Gazette. Volume 57, p. 517.* Published 15 October 1940.

Anne, G. (2016). *The Khaen: Place, power, permission, and performance.* Master of Arts in The Faculty of Graduate and Postdoctoral Studies (Ethnomusicology). The University of British Columbia.

Asakit, S. (2018). Structure of feelings in life and narratives of Isan male migrant workers returning home in three age groups.



Journal of Political Science and Public Administration, 9(2),
87-122.

Boonthavee, K. (1992). *Luk Isan (Isan people)*. Bangkok, Thailand:
Krung Thon Pattana.

Chalermtiarana, T. (2005). *Thailand's politics of despotic
paternalism*. Bangkok, Thailand: Foundation for the
Publication of the Social Science and Humanities Texts.

Charles, K. (1967). *Isan: Regionalism in northeastern Thailand*.
Southeast Asia Program, Dept. of Far Eastern Studies, Cornell
University.

Chaynam, S. (2016). *A complete research report on "Thailand's
foreign policy towards neighboring countries during the Cold
War: Five comparative case studies"*. (Research Report).
Office of the National Science and Technology Development
Agency.

Damronglerd, J. (1988). *Customs, values, and lifestyles of rural
Thai people as reflected in Thai Luk Thung music since
World War II*. Thai Khadi Institute, Thammasat University.

Dharmawat, C. (ca. 1981). *The role of mo lam in Isan society over
the past half century*. (Research report), Isan Arts and
Culture Research Institute, Srinakharinwirot University.



- Douglas, M. [1966] 1984. *Purity and Danger: An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*. London: Ark-Routledge and Kegan Paul.
- Eawsriwong, N. (1995). *Pha Khaoma, Pha Chin, Kankengnai lae (Men's salon, women's salon, underpants, and etc.)*, Bangkok: Matichon Press.
- Fayathet, K. (2005). *Political communication in Thai Luk Thung music: 1964-2004*. (Doctoral dissertation). Thammasat University.
- Hebdige, D. (1997). *Subculture*. London: Methuen.
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence & Wishart.
- Jiamrattanyu, P. (2011). Soodjai Thiangtrongjit: From mor lam singer to Phetphinthong comedian. *Music Journal*, 16(8), 80-83.
- Kitiasa, P. (Ed.). (2003). *Anthropology and the study of nostalgia in contemporary Thai society*. Bangkok, Thailand: National Center for Social Research, Srinakharinwirot University.
- Kitiasa, P. (2011). Isan music, emotional labor, and migrants. In S. Kriankaipetch, et al. (Eds.), *People, music, life: The sounds of Thailand*. Bangkok, Thailand: Sirindhorn Anthropology Center.

- KKU Art & Culture Center. (2024). *The cultural study of music: a critical introduction*. New York: Routledge
- Mitchell, J. L. (2015). *Luk Thung: The Culture and Politics of Thailand's Most Popular Music*. Chiang Mai, Thailand: Silkworm Books.
- National Economic and Social Development Board. (1977). *The fourth national economic and social development plan: 1977-1981*. Bangkok: Office of the Prime Minister.
- National Economic and Social Development Board. (2018). *Analysis Report on Poverty and Inequality in Thailand 2017*. Bangkok: National Economic and Social Development Board.
- Palungwan, W. (2002). *Isan studies: A collection of Isan Luk Thung music*. Bangkok, Thailand: Ruean Pannya.
- Pattha, P. (2007). *The impact of the U.S. military base on the socio- economic conditions of Udon Thani, 1962-1977 (Master's thesis)*. Silpakorn University.
- Pawakapan, P. (2013). *The Vietnam war: The war against the truth of the Thai state (2nd ed.)*. Bangkok, Thailand: Kobfai.
- Pecharachompoo, S. (2024, April 11). Personal Communication.
- Prompanjai, A. (2011). *Thai politics during the General Prem Tinsulanonda era: Political management (1980-1988)*. (Doctoral dissertation), Chulalongkorn University.



- Samutkupt, S., et al. (1991). *Isan singers: Body, sexuality, identity, and the voices of the suffering in Isan lam sing*. (Master's thesis). Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima, Thailand.
- Schafer, R. M. (1997). *The soundscape: our sonic environment and the tuning of the world*. New York: Knopf.
- Somthep, R. (Ed.). (2014). *Behind the scenes of 25 hit songs by Surin Phaksiri*. Bangkok, Thailand: Chonniyom.
- Soonthornpesach, S. (2005). *Isan villages in the Cold War era: Sociology of northeastern Thai villages*. Bangkok, Thailand: Silpa-culture.
- Tangsuthijit, C. (2023). *Surin ramban Isan lamplen [Surin's lament: Isan's melodious tunes]*. Bangkok, Thailand: Ruengkao Printing.
- Terry, M. E., & Chonpairot, J. (1979). The musical traditions of northeast Thailand. *Journal of the Siam Society*, 67(1), 1-16.
- Wongswan, N. (1973). *Takhli: Tears without sound [Takhli: Silent tears]*. Bangkok, Thailand: Prapan Sarn.



บทความวิชาการ

เนื้อหาสื่อทางการเมืองระดับประเทศในการเลือกสมาชิก ผู้แทนราษฎร (สส.) ที่ประชาชนไทยนิยมติดตาม

วรา กวีกิจรัตน์¹, รดา วงศ์เลิศคุณากร² และเดชาวัตร คงคาน้อย³

Received 26 November 2024

Revises 25 December 2024

Accepted 25 December 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการ ที่นำเสนอรูปแบบการเขียนโดยนำ
วรรณกรรมและการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมมาร้อยเรียงและวิเคราะห์ พบว่า
ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 52,287,045 คน
แบ่งเป็นเพศชาย 25,136,051 คน เพศหญิง 27,150,994 คน โดยที่
กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4,469,280 คน ที่เหลือเป็นจังหวัดอื่น ๆ คนที่มีสิทธิ
เลือกตั้งจะมีการติดตามการเมืองระดับประเทศ เนื้อหาสื่อการเมือง
ระดับประเทศ โดยทำการเก็บข้อมูลจาก 100 คน พบว่า ได้แก่ ข้อเท็จจริงทาง
การเมือง เนื้อหารายละเอียดทางการเมือง ข่าวกิจกรรมทางการเมือง การ
อภิปราย การติดตามผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์การเมืองและสารคดีเป็นอันดับสุดท้ายที่

¹นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี,

e-mail: wara_judo@hotmail.com

²ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, e-mail: rhada.won@utcc.ac.th

³ดร., สถาบันรัชต์ภาคย์ e-mail: d.kongkanoi@hotmail.com



ประชุมติดตามพรรคการเมืองต่าง ๆ อาจจะนำข้อมูลบทความวิชาการนี้ไป
ส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ของพรรคต่อไปได้

และจากสรุปผลการสำรวจแบบง่ายภาครัฐเช่น กกต. สำนัก
นายกรัฐมนตรี พรรคการเมือง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการส่งเสริมให้
ประชาชนสนใจการเมืองในทางปฏิบัติที่ถูกต้องผ่านเนื้อหาสื่อดังกล่าวต่อไปตาม
ความสนใจของประชาชน

คำสำคัญ: สื่อทางการเมือง, การเลือกสมาชิกผู้แทนราษฎร (สส.),
ประชาชนไทย, นิยมติดตาม

NATIONAL POLITICAL MEDIA CONTENT IN SELECTING MEMBERS OF THE HOUSE OF REPRESENTATIVES (MPS) THAT THAI PEOPLE LIKE TO FOLLOW

Wara Kaweekitrat¹, Rhada Wonglertkunakorn²
and Dachawat Kongkanoi³

Abstract

In Thailand in 2023, there are 52,287,045 eligible voters, 25,136,051 of whom are male and 27,150,994 are female. In Bangkok, there are 4,469,280 of whom are female, while the rest are in other provinces. Eligible voters follow national politics and national political media content, including political facts, political activity news, editorials, long-form content, documentaries, satirical

¹Computer Science Expert, Chonburi Provincial Administrative Organization, e-mail: wara.judo@hotmail.com

²Dr., Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce, e-mail: rhada.won@utcc.ac.th

³Dr., Rajapark Institute e-mail: d.kongkanoi@hotmail.com



poetry, debates, discussions, interviews, and follow political critics. Each citizen follows national political media. From a simple survey of 100 people, data was collected incidentally for writing academic articles using an online questionnaire. It was found that eligible voters are interested in following national political media content, from most to least, as follows:

From the summary of the results of the simple survey, the government sector such as the Election Commission, the Prime Minister's Office, and political parties can use the information to promote the public's interest in politics in a correct way through the content of such media according to the public's interest.

Keywords: Political media, Election of Members of Parliament (MPs),
Thai people, Popular to follow

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีพรรคการเมือง จำนวน 76 พรรค โดยที่ประชาชนมีสิทธิเลือกตั้งเมื่อปี 2566 จำนวน 52,287,045 คน ทั้งพรรคการเมืองที่ขึ้นทะเบียนกับ กกต. ได้แก่ 1) พรรคประชาธิปัตย์ 2) พรรคประชากรไทย 3) พรรคความหวังใหม่ 4) พรรคเครือข่ายชาวนาแห่งประเทศไทย 5) พรรคเพื่อไทย 6) พรรคชาติพัฒนา 7) พรรคชาติไทยพัฒนา 8) พรรคอนาคตไทย 9) พรรคภูมิใจไทย 10) พรรคสังคมประชาธิปไตยไทย 11) พรรคประชาสามัคคี 12) พรรคประชาธิปัตย์ใหม่ 13) พรรคพลังบูรพา 14) พรรคครูไทยเพื่อประชาชน 15) พรรคพลังสหกรณ์ 16) พรรคพลังท้องถิ่นไท 17) พรรคประชาชน 18) พรรครักษ์ป่า 19) พรรคเสรีรวมไทย 20) พรรครักษ์ธรรม 21) พรรคพลังประชาธิปัตย์ 22) พรรคภราดรภาพ 23) พรรคพลังไทยรักชาติ 24) พรรคช่วยชาติ 25) พรรคทางเลือกใหม่ 26) พรรคเส้นด้าย 27) พรรคสร้างอนาคตไทย 28) พรรคพลังธรรมใหม่ 29) พรรคไทยธรรม 30) พรรคไทยศรีวิไลย์ 31) พรรครวมพลัง 32) พรรคไทยพร้อม 33) พรรคพลังปวงชนไทย 34) พรรคเพื่อชาติไทย 35) พรรครวมแผ่นดิน 36) พรรคประชาชาติ 37) พรรคแผ่นดินธรรม 38) พรรคคลองไทย 39) พรรคพลังประชารัฐ 40) พรรคเศรษฐกิจใหม่ 41) พรรคพลังสังคม 42) พรรคเป็นธรรม 43) พรรคพลังเพื่อไทย 44) พรรคประชาไทย 45) พรรคกรีน 46) พรรคสุวรรณภูมิ 47) พรรคเพื่ออนาคตไทย 48) พรรคกล้าธรรม 49) พรรคไทยรวมไทย 50) พรรคกล้า 51) พรรคยุทธศาสตร์ชาติ 52) พรรคพลังสังคมใหม่ 53) พรรคไทยสร้างไทย 54) พรรครวมไทยสร้างชาติ 55) พรรคมิติใหม่ 56) พรรคไทยสมาร์ท 57) พรรคเพื่อประชาชน 58) พรรคพลังสยาม 59) พรรคไทยภักดี 60) พรรคแนวทางใหม่ 61) พรรคเสมอภาค 62) พรรคไทยชนะ 63) พรรคไทรวมพลัง 64) พรรคราษฎร์



วิธี 65) พรรคไทยเป็นหนึ่ง 66) พรรคท้องถิ่นไทย 67) พรรคเปลี่ยนอนาคต 68) พรรคใหม่ 69) พรรคแรงงานสร้างชาติ 70) พรรคไทยก้าวหน้า 71) พรรคพลัง 72) พรรคพร้อม 73) พรรครวมใจไทย 74) พรรคสมาธิปไตย 75) พรรคเปลี่ยน และ 76) พรรคประชาอาสาชาติ (Election Commission of Thailand, 2024) โดยที่การเมืองระดับประเทศที่พรรคการเมืองต้องส่งสมาชิกได้แก่ การเมืองที่เลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยที่ครั้งล่าสุดเลือกตั้งใหญ่เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 (Election Commission of Thailand, 2023) และต่อปีหากหมดสมัยตามปกติ จะเลือกตั้งที่ปี พ.ศ. 2570 แต่หากมีการยุบสภาก่อน การเลือกตั้งจะเกิดขึ้นก่อน

อย่างไรก็ตามกฎหมายการหาเสียงเลือกตั้ง กฎหมายได้อนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนศรัทธาตัวพรรคการเมือง และผู้ลงสมัครว่าเป็นที่พึงของประชาชนได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ซึ่งความสนใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งแตกต่างกันไปในประเด็นชนิดของสื่อ และเนื้อหาที่สื่อสารออกมาที่จะต้องถูกกฎหมาย ขณะเดียวกันสะท้อนความจริงให้ประชาชนได้รับทราบด้วย ซึ่งรูปแบบหนึ่งที่พบประจำ ได้แก่ การพูดบนเวทีของผู้นำพรรคการเมืองต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบอื่น ๆ จึงเป็นเรื่องราวทางวิชาการในลักษณะสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ควรจะกล่าวถึง

วรรณกรรม

เนื้อหาสื่อการเมืองระดับประเทศที่คนนิยมติดตาม โดยที่ Cheyprateep (2008) ได้บรรยายว่า ประชาชนจะติดตาม และตีความเรื่องการเมืองผ่านสื่อลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ข้อเท็จจริงทางการเมือง ข่าวกิจกรรมทางการเมือง

บทบรรณาธิการ เนื้อหารายละเอียดแบบยาว สารคดี บทกวีกลอนเสียดสี
การอภิปราย การเสวนา การสัมภาษณ์ ติดตามผู้เชี่ยวชาญ วิพากษ์การเมือง

การที่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งติดตามข่าว และสารต่าง ๆ ของพรรค
การเมือง ตัวนักการเมือง จะมีขั้นตอนกระบวนการสื่อสาร 1) แหล่งสื่อที่ส่งข่าว
และ 2) เนื้อหาลักษณะสื่อการเมือง และตัวผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยที่ประยุกต์จาก
กระบวนการสื่อสารของ Berlo (1960)

ดังนั้น เนื้อหาสื่อการเมืองจะอยู่ในขั้นที่ 2 ของกระบวนการสื่อสารและ
การที่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะตัดสินใจเลือกใครเป็นผู้แทนราษฎร หรือ
เรียกว่า สส. จะเทียบได้กับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ในขั้นการค้นหาข้อมูล
ข่าวสาร ซึ่งแนวคิดการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงความ
ต้องการ 2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจ
ซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2016) หากนำมาเปรียบเทียบกับ
การติดตามเนื้อหาสื่อทางการเมืองระดับประเทศจะอยู่ในขั้นที่ 2 กล่าวคือ
ขั้นที่ 1 ตระหนักถึงความจำเป็นต้องไปเลือกตั้ง สส. ขั้นที่ 2 จะเลือกใคร ต้อง
ค้นหาติดตามเนื้อหาทางการเมืองของพรรคของผู้สมัคร ขั้นที่ 3 ตัดสินใจว่าจะ
เลือกก่อนกำหนด หรือในวันประกาศเลือกตั้งทั่วไป ขั้นที่ 4 จะต้องตัดสินใจว่า
จะเลือกพรรคอะไร และเลือกใครเป็น สส. ขั้นที่ 5 เมื่อได้ผลการเลือกตั้งแล้ว
ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะติดตามการเมืองต่อไปอย่างไร

Engkulanon (2022) ได้วิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทน
ราษฎรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับ
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก
โดยสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการติดตามข้อมูล
ข่าวสารการเมือง นอกจากนี้ ประชาชนยังมีทัศนคติเชิงบวกต่อระบอบ



ประชาธิปไตยและมีความเข้าใจในระบบการเมืองเชิงโครงสร้างค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองยังอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก ส.ส. ของประชาชน พบว่า คุณสมบัติของผู้สมัคร นโยบายของพรรคการเมือง และภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจของผู้เลือกตั้งมากที่สุด ขณะที่สิ่งตอบแทนและผลประโยชน์ที่ผู้เลือกตั้งคาดหวังจะได้รับจากการเลือกตั้งนั้นมีผลในระดับต่ำ โดยการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งที่แตกต่างกัน ขณะที่ช่องทางการรับรู้ข่าวสารกลับไม่มีผลโดยตรง นอกจากนี้ การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองก็มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งอย่างชัดเจน

Wangsatchachoke (2023) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2566 จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ (ภูมิทัศน์การเมือง) สถาบันการเมือง (รัฐธรรมนูญและระบบเลือกตั้ง) และเทคโนโลยี (สื่อสังคมออนไลน์) ได้เชื่อมโยงทุกตัวแสดงในกระบวนการเลือกตั้งให้มีความใกล้ชิดกัน การยิ่งขึ้น และนำไปสู่พฤติกรรมทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปของประชาชน พิษณุโลกให้ความสำคัญกับอุดมการณ์ทางการเมืองและพรรคการเมืองมากขึ้น เหนือกว่าความนิยมส่วนบุคคล ส่งผลให้การเลือกตั้งในพิษณุโลกครั้งนี้ได้เปลี่ยนการเมืองไปสู่การปะทะทางอุดมการณ์ระหว่างฝ่ายอนุรักษนิยมและเสรีนิยม สอดคล้องจากทั้งระดับชาติและระดับพื้นที่จังหวัด ซึ่งแต่ละฝั่งพรรคการเมืองตัวแทน มีโอกาสแย่งชิงพื้นที่การเมืองในพิษณุโลกในฐานะพื้นที่ “เปิด” ที่ยังไม่มีกลุ่มการเมืองใดผูกขาดได้



Yothi (2023) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมือง และพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2566 จังหวัดปัตตานี พบว่า บริบททางการเมืองภาพรวมมีพรรคการเมืองมีการส่งผู้สมัครลงแข่งขัน น้อยลงทั้งนี้เพราะหลักเกณฑ์ของระบบการเลือกตั้งที่ใช้แบบคู่ขนานทำให้พรรคการเมืองขนาดเล็กที่ไม่มีทรัพยากรแข่งขันได้ยากขึ้น และบริบททางการเมืองภายในจังหวัดปัตตานีในการเลือกตั้ง 2566 เป็นไปด้วยความตึงเครียดจากการหาเสียงในลักษณะต่าง ๆ ประกอบกัน ได้แก่ บ้ายหาเสียง รถแห่ และทาง โซเชียลมีเดีย และระบบการเลือกตั้งแบบคู่ขนานทำให้บริบททางการเมืองเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งที่ผ่านๆ มา กล่าวคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องลงพื้นที่หาเสียงมากขึ้น และระบบเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเบื่อหน่ายในการบริหารงานของรัฐบาลเดิมจึงส่งผลให้มีความสนใจในกิจกรรมทางการเมืองและการเลือกตั้ง โดยประชาชนสนใจในการนำเสนอนโยบายของพรรคการเมืองมากขึ้น ด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกตัวแทนของประชาชนในจังหวัดปัตตานี ซึ่งสอดคล้องกับผลการเลือกตั้ง การเลือกตั้งที่พรรคประชาธิปัตย์ได้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 3 ที่นั่ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1, 3 และ 5 พรรคพลังประชารัฐได้ 1 ที่นั่งในเขต 2 และพรรคประชาธิปัตย์ได้ 1 ที่นั่งในเขต 4 ส่วนในแบบบัญชีรายชื่อพรรคประชาธิปัตย์ได้คะแนนสูงสุดในอันดับ 1 มีคะแนนสูงถึง 180,114 คะแนน จากผลการเลือกตั้งของจังหวัดปัตตานี 2566 แสดงให้เห็นถึงนัยสำคัญทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในมิติการตัดสินใจเลือกตัวแทนของประชาชน ซึ่งโน้มเอียงไปสู่บริบทท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ มีการใช้ฐานทรัพยากรจากท้องถิ่นด้านบุคคลและการนำเสนอข้อมูลที่สะท้อนปัญหาที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น และจากผลการเลือกตั้งแสดงให้เห็นถึง



นัยสำคัญทางการเมืองในบริบทพรรคการเมืองท้องถิ่นนิยมที่มีลักษณะของความ
ไว้วางใจ ความเข้าใจต่อกันระหว่างผู้สมัครพรรคการเมือง และประชาชน

Yima (2023) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมือง
และพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2566 จังหวัดสงขลา พบว่า
ความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์
ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม คือ ระบบเลือกตั้งแบบคู่ขนานระหว่างเขต
เลือกตั้งละ 1 คน กับระบบบัญชีรายชื่อ ใช้บัตรเลือกตั้ง 2 ใบ โดยในส่วนของ
ผู้สมัครส่วนใหญ่หาเสียงให้ระบบเขตเลือกตั้งเป็นหลัก ในขณะที่ระบบบัญชี
รายชื่อให้อิสระแก่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเลือกพรรคที่ไม่ใช่พรรคที่ตนเองสังกัดได้
ในส่วนของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งจำนวนมากเลือกผู้สมัครในระบบเขตเลือกตั้งคนละ
พรรคกับระบบบัญชีรายชื่อ ส่งผลให้ผู้ชนะเลือกตั้งในระบบเขตเลือกตั้ง
ไม่สัมพันธ์กับพรรคการเมืองที่ได้รับเลือกเป็นอันดับ 1 ในระบบบัญชีรายชื่อ เมื่อ
พิจารณาผลการเลือกตั้งทั้ง 9 เขตเลือกตั้ง พรรคประชาธิปัตย์สามารถฟื้นความ
นิยมในระบบเขตเลือกตั้งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการเลือกตั้งปี 2562 ที่ได้รับการ
เลือกตั้งเพียง 3 ที่นั่ง โดยครั้งนี้ได้รับเลือกทั้งหมด 6 ที่นั่ง ที่เหลืออีก 3 ที่นั่งเป็น
ของพรรคภูมิใจไทย พลังประชารัฐ และพรรคใหม่คือ รวมไทยสร้างชาติใน
ขณะที่พรรคก้าวไกลซึ่งไม่ชนะในเขตเลือกตั้งใดได้เลย แต่กลับได้คะแนนระบบ
บัญชีรายชื่อเป็นอันดับ 1 ของจังหวัด โดยชนะ 6 เขตเลือกตั้ง และอันดับ 2 ใน
อีก 3 เขตเลือกตั้งที่เหลือ ในทางกลับกัน พรรครวมไทยสร้างชาติได้อันดับ 1
ของคะแนนระบบบัญชีรายชื่อ 3 เขตเลือกตั้ง และอันดับ 2 ใน 6 เขตเลือกตั้ง
ส่วนพรรคประชาธิปัตย์ คะแนนระบบบัญชีรายชื่ออยู่อันดับ 3 เกือบทุกเขต
เลือกตั้ง ยกเว้นเขตเลือกตั้งที่ 7 ที่ได้อันดับ 4 หากพิจารณาจากคะแนนระบบ
บัญชีรายชื่อซึ่งสะท้อนความนิยมของประชาชนที่มีต่อพรรคการเมืองดังที่ได้



กล่าวมา ย่อมเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นว่า กระแสเสรีนิยม ซึ่งนำโดยพรรคก้าวไกล กำลังปะทะกับกระแสอนุรักษนิยม ซึ่งนำโดยพรรครวมไทยสร้างชาติแทนที่พรรคประชาธิปัตย์ และเสรีนิยมได้แซงหน้าอนุรักษนิยมแล้วในพื้นที่จังหวัดสงขลา

ศุทธิกานต์ มีจั่น (2566) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2566 จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า บรรยากาศการแข่งขัน และความเคลื่อนไหวทางการเมืองในการเลือกตั้งมีระดับการแข่งขันที่แตกต่างกันไปตามจำนวนของผู้สมัครที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ ตลอดจนการดำเนินกิจกรรมหาเสียงในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้สมัครที่มีความเข้มข้นมากกว่าการเลือกตั้งที่ผ่านมาในเชิงของการมีบทบาทของนักการเมืองท้องถิ่นซึ่งได้รับการเลือกตั้งตั้งแต่ พ.ศ. 2562 นอกจากนี้แล้วการเลือกตั้งครั้งนี้ยังอยู่ภายใต้บรรยากาศของการแข่งขันระหว่างจุดยืนทางการเมืองของฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลจากการรัฐประหารและฝ่ายต่อต้าน รวมไปถึงบรรยากาศของการหาเสียงที่คู่ขนานกันระหว่างแนวทางการหาเสียงแบบดั้งเดิมกับแนวทางสมัยใหม่ ซึ่งการใช้เครือข่ายหวัคะแนนมีอิทธิพลน้อยลงอย่างมากต่อการตัดสินใจลงคะแนนของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในขณะที่การใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่แม้ไม่ปรากฏในเชิงประจักษ์ด้านการเคลื่อนไหวในพื้นที่ แต่มีผลอย่างมากในพื้นที่ออนไลน์เมื่อมีการประกาศผลคะแนนซึ่งทั้งผู้สมัครและคะแนนระบบบัญชีรายชื่อของพรรคก้าวไกลมีส่วนที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความเข้มข้นด้านการมีอยู่ของเครือข่ายหวัคะแนนและผู้สนับสนุนดั้งเดิมในพื้นที่ของผู้สมัครจากพรรคอื่น นอกจากนี้แล้วการเปลี่ยนแปลงระบบการลงคะแนนจากเดิมที่ใช้บัตรลงคะแนนเพียง 1 ใบมาเป็นบัตรลงคะแนน 2 ใบ ได้แก่ บัตรลงคะแนนผู้สมัครแบบแบ่งเขตและบัตร



ลงคะแนนสำหรับบัญชีรายชื่อของพรรคการเมือง ทำให้การตัดสินใจเลือกผู้สมัครของประชาชนในเขตเลือกตั้งให้ความสนใจกับคุณสมบัติและความนิยมต่อผู้สมัครในพื้นที่มากกว่าความนิยมต่อพรรคเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้พรรคเพื่อไทยพ่ายแพ้ใน 3 เขตเลือกตั้ง จากทั้งหมด 8 เขตเลือกตั้ง ซึ่งถือเป็นการสูญเสียที่นั่งมากที่สุดของจังหวัดร้อยเอ็ดนับตั้งแต่ พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ในขณะที่แม้คะแนนจากระบบบัญชีรายชื่อจะได้เป็นอันดับที่ 1 แต่สัดส่วนคะแนนได้สูญเสียให้กับพรรคก้าวไกลอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ยังตั้งข้อสังเกตต่อพฤติกรรมทางการเมืองในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่สัมพันธ์กับระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจ การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร รวมถึงระบบการลงคะแนนกับการเป็นตัวแทนของเขตเลือกตั้ง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นตัวแปรที่ไม่หยุดนิ่งและมีการปรับเปลี่ยนตามการแข่งขันทางการเมือง โดยเฉพาะการออกแบบกติกาในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่จะมีผลอย่างยิ่งต่อผลการเลือกตั้งในอนาคต

Phrom-in and Mansrisuk (2023) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า 1) ความเคลื่อนไหวและพฤติกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง มีการจัดตั้งสาขาพรรคการเมือง 9 พรรค และตัวแทนพรรคการเมือง 26 พื้นที่ ซึ่งเป็นตัวแทนในเขตเลือกตั้ง และตัวแทนประจำจังหวัด มีพรรคการเมืองส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง 13 พรรค โดย 8 พรรคส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งครบทั้ง 5 เขต แต่ละเขตเลือกตั้งมีผู้สมัครรับเลือกตั้ง จำนวน 10-12 คน อายุระหว่าง 25-75 ปี ส่วนใหญ่พักอาศัยในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นครั้งแรกของการหาเสียงในการเลือกตั้งที่มีการประชันวิสัยทัศน์ผู้สมัครรับเลือกตั้ง จาก 6 พรรคการเมือง ทั้งนี้พรรคชาติไทยพัฒนา และพรรคประชาธิปัตย์มีการ



เคลื่อนไหวที่โดดเด่น ป้ายหาเสียงถูกทำลายด้วยมนุษย์และจากภัยธรรมชาติ ผู้สมัครฯ มีวิธีการหาคะแนนนิยมโดยใช้ป้ายหาเสียง รถยนต์แห่ และการเดินหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและผู้สนับสนุน 2) ความเคลื่อนไหวและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน มีผู้มาใช้สิทธิในการเลือกตั้งล่วงหน้ากว่าร้อยละ 90 ขณะที่การเลือกตั้งทั่วไป ผลการเลือกตั้งแบบบัญชีรายชื่อและแบบเขตเลือกตั้ง มีผู้มาใช้สิทธิกว่าร้อยละ 78 โดยพรรคก้าวไกลได้คะแนนแบบบัญชีรายชื่อเป็นลำดับที่ 1 ส่วนพรรคชาติไทยพัฒนาได้เป็นลำดับที่ 3 แต่ยังสามารถรักษาพื้นที่จังหวัดที่มี “พรรคการเมืองเดียว” ได้ โดยผู้ที่ได้รับเลือกตั้งคือ นายสรชัช สุจิตต์ นายณัฐวุฒิ ประเสริฐสุวรรณ นายนพดล มาตรศรี นายเสมอกัน เทียงธรรม และ นายประภัตร โพธสุธน จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 46-55 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพรับจ้าง และมีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน ยังพบว่า ประชาชนสนใจติดตามข่าวสารการเลือกตั้งโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผ่านช่องทางต่าง ๆ ลำดับแรก คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตราแกรม เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้ไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง รวมถึงหน่วยเลือกตั้งใกล้บ้าน ส่วนผู้ที่ไม่สนใจติดตามข่าวสารการเลือกตั้งเนื่องจากก่อให้เกิดความเครียด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งคือ ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง และหัวหน้า/ผู้นำพรรคการเมือง ในการตัดสินใจเลือก ส.ส. จะพิจารณาจากนโยบายของพรรคการเมือง และพบพฤติกรรมการแจกเงินมีน้อย ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในพรรคการเมืองใน ส่วนของการบริหารและกำหนดนโยบาย ทั้งนี้ความชื่นชอบที่มีต่อตัวผู้นำ/แกนนำพรรคการเมืองเป็นปัจจัยที่ทำให้สนับสนุนพรรค นอกจากนี้ยังเห็นว่าการเลือกตั้งโดยใช้บัตร 2 ใบ หน่วยเลือกตั้ง และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ



ประจำหน่วยมีความเหมาะสม ชัยชนะของพรรคชาติไทยพัฒนาจากปัจจัยตัวบุคคลและผลงานที่สร้างไว้ ของอดีตนายกฯ บรรหาร ศิลปอาชา ตระกูลการเมืองที่ได้รับการเลือกตั้งและส่งต่อรุ่นต่อ ชื่อเสียงของพรรคชาติไทยพัฒนายังได้รับการยอมรับจากผลงานการพัฒนาพื้นที่ และผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรคฯ ได้รับการเลือกตั้งมาอย่างต่อเนื่อง 3) ความเคลื่อนไหวและพฤติกรรมทางการเมืองของคณะกรรมการการเลือกตั้ง และหน่วยงานภาครัฐบทบาทของผู้อำนวยการการเลือกตั้งประจำจังหวัด และคณะกรรมการการเลือกตั้งระดับพื้นที่ก่อนวันเลือกตั้ง การเลือกตั้งครั้งนี้แบ่งเขตเลือกตั้งออกเป็น 5 เขต โดยใช้เขตอำเภอเป็นเขตเลือกตั้ง ทำให้ผู้สมัครสะดวกในการหาเสียง ส่วนสถานที่ที่ใช้เลือกตั้งล่วงหน้าใช้โรงเรียนเป็นที่เลือกตั้งทุกแห่ง สถานที่รับสมัครฯ คือ หอประชุมมหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี การเลือกตั้งนี้มีผู้สมัครฯ ทั้งสิ้น 54 คน จาก 13 พรรคการเมือง โดยมีการเตรียมพร้อมในเรื่องของบุคลากรที่จะปฏิบัติหน้าที่ และรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ส่วนการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งต้องใช้วิธีการเฉพาะเจาะจง เนื่องจากได้รับงบประมาณล่าช้า การรณรงค์การเลือกตั้งมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ มีการนำตัวละครในวรรณคดีใช้เป็นสื่อ และเชิญศิลปิน การทำงานของหน่วยงานภาครัฐ ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ วัด โรงเรียน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และเป็นสถานที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเลือกตั้ง อนุญาตให้บุคลากรร่วมเป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานการเลือกตั้งรวมทั้งการให้ใช้สถานที่เป็นหน่วยเลือกตั้ง และ4) การตรวจสอบการเลือกตั้ง พบว่า มีการตรวจติดตามการเลือกตั้งของกรรมการการเลือกตั้ง จากสื่อมวลชน และมูลนิธิองค์กรกลางเพื่อประชาธิปไตย (P-NET) ภาพรวมของการเลือกตั้งมีความ



โปร่งใสชื่อดังมาร่วมร้องเพลงฉ่อย โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
สถานีวิทยุ เสียงตามสาย และสื่อบุคคล ระหว่างการเลือกตั้ง มีการวางแผนการ
ทำงาน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการจัดทำบัญชีรายชื่อและหมายเลขมา ติดไว้ที่
หน้าหน่วยเลือกตั้งทำให้เกิดความสะดวกต่อผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง และเจ้าหน้าที่
ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสม ปัญหาอุปสรรคที่พบคือ การจัดประชุมในเวลา
ราชการกระทบกับบุคลากรทางการศึกษา ผู้สูงวัยมีปัญหาอ่านหนังสือไม่ออก
หน่วยเลือกตั้งบางหน่วยคับแคบและอยู่ริมถนน อากาศร้อน และการเกิดภัย
ธรรมชาติ หลังการเลือกตั้ง การรายงานผลการเลือกตั้งมีอุปสรรคเนื่องจากฝน
ตก ทั้งนี้การนำเสนอหีบบัตร และเอกสารต่าง ๆ เป็นไปตามแนวทางที่กำหนด

Chin-uam, Thongcham, and Ting-nga (2023) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้
ของประชาชนต่อปัจจัยที่ส่งผลกับการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ.
2566 พบว่า การรับรู้ของประชาชนจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลที่มีต่อ
ปัจจัยที่ส่งผลกับการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ. 2566 อยู่ในระดับ
มาก และระดับการรับรู้ของประชาชนต่อปัจจัยที่ส่งผลกับการเลือก
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ. 2566 ไม่แตกต่างกัน เมื่อทำการส่งเคราะห์
ผลการวิจัย ทำให้ทราบว่าการนอกจากปัจจัยพรรคการเมือง และผู้สมัครรับเลือกตั้ง
แล้ว ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ บุคคลที่จะมาดำรงตำแหน่ง
นายกรัฐมนตรี ส่งผลกับการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอย่างมาก เพราะ
เปรียบเสมือนการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นการเลือกนายกรัฐมนตรี
ทางอ้อม

Pipatsuriya (2023) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ
เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสตูล
พบว่า 1) ระดับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่ง



เขตเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสตูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสตูล แตกต่างกัน โดยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 ที่แตกต่างกัน ส่วนด้านเพศไม่มีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 ไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสตูล ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พบว่า การรับรู้ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนทุกประเภทมีส่วนสำคัญในการประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสตูล

Tantrachin (2023) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2566 จังหวัดชลบุรี พบว่า ความแตกต่างจากการเลือกตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2562 คือ บริบททางการเมืองที่เปลี่ยนไปในระดับประเทศเช่นกระแสการแข่งขันระหว่างสองขั้ว คือ ฝ่ายผู้สนับสนุนกลุ่มรัฐบาลเดิมกับฝ่ายที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนขั้วอำนาจใหม่ กับทั้งกติกาการเลือกตั้งระบบผสมแบบคู่ขนาน การกำหนดเขตเลือกตั้งจาก 8 เขต เป็น 10 เขต การใช้บัตรเลือกตั้ง 2 ใบ บริบททางเศรษฐกิจการเมืองภายในจังหวัดชลบุรีที่เปลี่ยนไป เช่น จำนวนและลักษณะประชากร ความขัดแย้งและการแตกตัวของกลุ่มการเมืองในชลบุรี นำไปสู่บรรยากาศการแข่งขันระหว่างสองพรรค คือ พรรคเพื่อไทย กับพรรครวมไทยสร้างชาติ และมีพรรคก้าวไกลเข้ามาช่วงชิงคะแนน ผลการเลือกตั้งพรรคก้าวไกลได้รับเลือก



จำนวน 7 คน พรรคเพื่อไทย พรรครวมไทยสร้างชาติ พรรคพลังประชาชน ได้รับเลือกพรรคละ 1 คน พรรคก้าวไกลได้คะแนนระบบบัญชีรายชื่อสูงสุดทุกเขตเลือกตั้ง พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชน มีประชาชนออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง 77.80% โดยตัดสินใจเลือกจากนโยบายพรรคการเมืองมากขึ้นสังเกตจากผลการเลือกตั้งทั้งระบบบัญชีรายชื่อและระบบเขตที่ประชาชนเลือกพรรคก้าวไกลเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ การเลือกจากนโยบายพรรคและหรือตัวบุคคลเช่นการเลือกพรรคเพื่อไทย พรรครวมไทยสร้างชาติ พรรคพลังประชารัฐ พฤติกรรมทางการเมืองของชนชั้นนาในชลบุรีต่างยอมรับในวิถีประชาธิปไตยใช้การเลือกตั้งเป็นวิธีการเปลี่ยนผ่านอำนาจในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันพลเมืองชลบุรีก็มีพัฒนาการตื่นรู้ในสิทธิเสรีภาพการออกเสียงเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประชาธิปไตยโดยใช้การเลือกตั้งสะท้อนเสียงไปถึงชั่วอำนาจในพื้นที่และการเมืองระดับชาติ การเลือกตั้งทั่วไปพื้นที่ชลบุรีสะท้อนพัฒนาการประชาธิปไตยจากส่วนล่าง แต่ระดับโครงสร้างส่วนบน เช่น กฎกติกาในการเลือกประมุขฝ่ายบริหารที่ต้องพึ่งพาอำนาจของวุฒิสภาจากการแต่งตั้งยังไม่สามารถสะท้อนเจตจำนงทางการเมืองของพลเมืองที่มาออกสิทธิเลือกตั้งได้

Medetcha (2024) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสงขลา พบว่า ประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และ 41-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ทั้งนี้มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ด้านนโยบาย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร



ด้านพรรคการเมืองตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านกระแสทางการเมือง ด้านการรณรงค์หาเสียง ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุและรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกับการเข้าร่วมทางการเมืองพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ต่ำ

จากงานวิจัยเกี่ยวกับการเลือก สส. ทั้ง 10 เรื่อง จะพบได้ว่า ทุกเรื่อง ปัจจัยเรื่องการตัดสินใจเลือก สส. จะมีปัจจัยที่เกี่ยวกับข่าว หรือ เรื่องราวของพรรคการเมือง และของผู้ลงสมัคร สส. หรือเรียกว่านักการเมือง โดยพบว่า เนื้อหาของสื่อทางการเมืองที่ใช้อยู่ ได้แก่ ข้อเท็จจริงทางการเมือง ข่าวกิจกรรมทางการเมือง บทบรรณาธิการ เนื้อหารายละเอียด สารคดี บทกวีกลอนเสียดสี การอภิปราย การเสวนา การสัมภาษณ์ การติดตามผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์การเมือง

วิจารณ์

จากการสำรวจแบบง่ายได้ข้อมูลประกอบการเขียนบทความวิชาการ
ดังนี้



ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการสำรวจการติดตามเนื้อหาการเมืองแบบง่าย

เนื้อหาของสื่อทางการเมือง	จำนวนคนที่ชอบติดตามเป็นอันดับ 1 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง	ร้อยละ
1. ข้อเท็จจริงทางการเมือง	31	31
2. ข่าวกิจกรรมทางการเมือง	7	7
3. บทบรรณาธิการ	9	9
4. เนื้อหารายละเอียด	11	11
5. สารคดี	3	3
6. บทกวีกลอนเสียดสี	11	11
7. การอภิปราย	6	6
8. การเสวนา	8	8
9. การสัมภาษณ์	9	9
10. ติดตามผู้เชี่ยวชาญ	5	5
วิพากษ์การเมือง		
รวม	100	100

ที่มา: จากการสำรวจของผู้เขียน เมื่อพฤศจิกายน พ.ศ. 2567

จากตารางที่ 1 การสำรวจการติดตามเนื้อหาการเมืองแบบง่าย พบว่า การติดตามและความชอบทางการเมือง ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน อันดับที่ถูกเลือกเป็นอันดับแรก คนเลือกสูงสุด คือ ข้อเท็จจริงทางการเมือง อันดับ 2 คือ การได้รับเนื้อหารายละเอียด และบทกวีกลอนเสียดสี อันดับ 3 คือ บทบรรณาธิการ และการสัมภาษณ์ อันดับ 4 คือ การเสวนาทางการเมือง อันดับ 5 คือ ข่าวกิจกรรมทางการเมือง อันดับ 6 คือ การอภิปราย อันดับ 7 คือ



ติดตามผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์การเมือง และอันดับสุดท้าย คือ สารคดีทางการเมืองจะสอดคล้องกับ Engkulanon (2022) ที่พบว่า คนไปเลือกตั้งเพราะได้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งจากโทรทัศน์ ซึ่งข่าวการเลือกตั้งจะปรากฏข้อเท็จจริงได้รับเนื้อหารายละเอียด และสอดคล้องกับ Yothi (2023) วิจัยพบว่า การเลือกตั้ง สส. คึกคักเพราะการหาเสียง รถแห่ และทางออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัย Yima (2023) วิจัยพบว่า ความเคลื่อนไหวการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทำให้เกิดความสนใจในการเลือกตั้ง จะเห็นว่า ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สส. มาจากประเด็นที่ 1, 4, 6 มากกว่าประเด็นอื่น ๆ แต่มีครบทุกประเด็นตามที่สำรวจ

สรุป

พรรคการเมืองและนักการเมืองจะให้ประชาชนศรัทธาติดตาม และลงคะแนนเลือกตั้งให้ ประชาชนจะมีการติดตามเรื่องราวทางการเมือง และข้อเท็จจริงทางการเมืองเป็นหลัก ซึ่งพรรคการเมืองและนักการเมืองควรเข้าใจหลักการตัดสินใจซื้อและทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อ (เลือกตั้ง) ทั้ง 5 ขั้น ขั้นที่ 1 รับรู้ปัญหา หมายถึง ปัญหาความเดือดร้อนที่สามารถแก้ไขได้โดยนักการเมือง ขั้นที่ 2 แสวงหาข้อมูลข้อเท็จจริง (ข้อมูล ข้อเท็จจริง รายละเอียด) เกี่ยวกับพรรคการเมืองหรือนักการเมือง ขั้นที่ 3 ขึ้นพิจารณาทางเลือก ขั้นที่ 4 ตัดสินใจเลือก และขั้นที่ 5 ติดตามหลังเลือกตั้ง

ดังนั้น นักการเมืองที่ต้องการสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจและตัดสินใจเลือก (เลือกตั้ง) จึงควรพิจารณาสิ่งที่ประชาชนชอบทางการเมืองว่าเป็นองค์ประกอบใด เพื่อเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเรื่องของสื่อ ตามลำดับดังนี้



ข้อเท็จจริงทางการเมือง เนื้อหารายละเอียดทางการเมือง บทกวีกลอนเสียดสี
บทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ การเสวนา ข่าวกิจกรรมทางการเมือง
การอภิปราย การติดตามผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์การเมือง สารคดีทางการเมือง

รายการอ้างอิง

- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Cheyprateep, S. (2008). *Political Communication and Democracy*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Chin-uam, R., Thongcham, S., & Ting-nga, C. (2023). Public perception of factors affecting the election of members of the House of Representatives in 2023. *North Bangkok University Academic Journal*, 12(1), 118-126.
- Election Commission of Thailand. (2023). *Results of the 2023 House of Representatives Election*. Retrieved from https://www.ect.go.th/ect_th/th/db_119_ect_th_cms_419/5276
- Election Commission of Thailand. (2024). *Political Party Database System-2024*. Retrieved from <https://party.ect.go.th/searchparty>
- Engkulanon, P. (2022). Decision Making of People in Bangkok to Vote for Members of the House of Representatives.

Journal of Public Administration, Ramkhamhaeng University, 15(3), 45-67.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London: Education.

Medetcha, A. (2024). *Factors Affecting the General Election of Members of the House of Representatives 2023, Constituency 1, Songkhla Province*. Master of Political Science Thesis, Department of Public Administration, Graduate School, Siam University.

Mee-chan, S. (2023). *A study of political movements and election behavior of members of the House of Representatives in 2023, Roi Et Province*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.

Phrom-in, T., & Mansrisuk, C. (2023). *A study of political movements and election behavior of members of the House of Representatives in 2023, Suphan Buri Province*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.

Pipatsuriya, N. (2023). Factors Affecting Decision Making in the 2023 Election of Members of the House of Representatives, Constituency 1, Satun Province. *Journal of Administration and Social Sciences, Paritharn, 7(1), 203-214.*

- Tantrachin, P. (2023). *A Study of Political Movement and Election Behavior of the 2023 Members of the House of Representatives, Chonburi Province*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.
- Wangsatchachoke, W. (2023). *A study of political movements and election behavior of members of the House of Representatives in 2023, Phitsanulok Province*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Yima, B. (2023). *A Study of Political Movement and Election Behavior of the 2023 Members of the House of Representatives, Songkhla Province*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.
- Yothi, C. (2023). *A study of political movements and election behavior of members of the House of Representatives 2023, Pattani Province*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.



**คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์
ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
(TMF Journal)**

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 บริบทของวารสาร

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดำเนินการโดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ศิลปวิทยาการความรู้ และแนวคิดใหม่ ในสาขาสื่อ (media) และสาขาเกี่ยวข้องโดยกำหนดเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ ตั้งแต่ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม 2566 ฉบับละไม่ต่ำกว่า 5 เรื่อง

1.2 ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

1.2.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เสนอผลงานที่ผู้เขียนได้ค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง

1.2.2 บทความวิชาการ (Review Article) เป็นบทความที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจ หรือมุมมองใหม่ ในเชิงวิชาการ

1.2.3 บทความพิเศษ (Special Article) เป็นบทความที่นำเสนอความรู้ทั่วไปที่สำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริง



1.3 องค์ประกอบของบทความ

1.3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสถานที่ทำงานสังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย ผลการวิจัย สรุป วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง)

1.3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา หัวข้อย่อย บทวิจารณ์ และ สรุป) เอกสารอ้างอิง

1.3.3 บทความพิเศษ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน เนื้อหา (บทนำ หัวข้อย่อย บทสรุป) เอกสารอ้างอิง

2. การจัดรูปแบบบทความ

2.1 บทความ จะต้องใช้ขนาดกระดาษเป็น A5 โดยกำหนด ระยะห่างขอบบน ขอบล่าง ขอบซ้าย และขอบขวา ด้านละ 2.0 เซนติเมตร ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ทั้งหมด และบทความจะต้องไม่เกิน 25 หน้า หากเกินจะพิจารณาที่เป็นประโยชน์ต่อวิชาการขึ้นกับกองบรรณาธิการพิจารณา

2.2 ชื่อเรื่อง จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวหนา ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษจะอยู่ที่หน้าบทความย่อภาษาอังกฤษยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน



2.3 ชื่อผู้เขียนจะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 ตัวหนา พร้อมทำการอ้างอิงข้อมูลผู้เขียนในส่วนของ Footnote โดย Footnote ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 10 ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษจัดอยู่หน้าบทความภาษาอังกฤษ ยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน

2.4 บทคัดย่อ จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) โดยมีการกล่าวถึงความสำคัญของการศึกษา วิธีการหรือเครื่องมือในการศึกษา ผลสรุปจากการทดลองหรือการค้นพบที่สำคัญ บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) จะต้องมีความสอดคล้องกัน ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.5 เนื้อหาจะต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.6 หมายเลขหน้า ทำการใส่หมายเลขหน้ากำกับไว้ที่มุมล่างขวาของหน้ากระดาษทุกหน้า ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 10

2.7 ตารางหรือภาพประกอบ ควรมีเฉพาะเท่าที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับภาพและตารางตามลำดับ ข้อมูลในภาพและตารางจะต้องมีความคมชัด ภาพถ่ายควรเป็น ขาว-ดำ หากเป็นภาพวาดต้องเป็นภาพวาด ลายเส้นและวาดบนกระดาษขาว โดยใช้หมึกดำให้สะอาดและลายเส้นคมชัด

2.8 เอกสารอ้างอิง ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคม จิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้



2.8.1 การอ้างอิงเนื้อหาภายในเนื้อเรื่องและภายในหัวข้อ
กับเอกสารอ้างอิงจะต้องตรงกัน และจะต้องมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับ
เอกสารตามกำหนดไว้อย่างครบถ้วนการอ้างอิงควรใช้รูปแบบเดียวกับ สม่าเสมอ
โดยใช้ระบบนาม-ปี

2.8.2 การเรียงลำดับเอกสาร ให้เรียงตามลำดับตัวอักษรของ
ชื่อผู้เขียนโดยไม่ต้องมีเลขกำกับ

2.8.3 หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปล
เป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (Intext
Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ ถูกต้อง
ตามหลัก APA Referencing Style

3. กระบวนการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์

ผู้เขียนจะต้องทำการส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์เท่านั้น
โดยสามารถส่งได้ทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ที่

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>.

บทความที่ส่ง มาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น จะต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารวิชาการหรืองานประชุมวิชาการ
อื่นใดพร้อมกัน ทั้งนี้ บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่าน
การพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมี
กระบวนการดังต่อไปนี้

3.1 เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้ว จะทำการแจ้งให้ ผู้เขียน
บทความทราบ



3.2 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบรูปแบบบทความ ว่าเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนดหรือไม่ หากไม่เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบและปรับแก้ต่อไป

3.3 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ว่าสอดคล้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

3.4 หากบทความผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นจากกอง บรรณาธิการตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะทำการส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้น ๆ เพื่อทำการประเมิน คุณภาพบทความต่อไป โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความแต่อย่างใด และผู้เขียนบทความก็จะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หากบทความไม่ผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบต่อไป

3.5 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินคุณภาพบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะพิจารณาผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งว่าบทความนั้นควรได้รับการตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่

3.6 กองบรรณาธิการทำการแจ้งผลการประเมินคุณภาพบทความของผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้เขียนบทความทราบ หากการพิจารณาตาม ข้อ 3.5 “ผ่าน” จะให้ผู้เขียนทำการปรับแก้บทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการ (ถ้ามี) ภายในระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด ดังนี้

3.6.1 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 1 ไม่เกิน 14 วัน นับจากวันที่ กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้ จะทำ



การส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 2 หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.2 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 2 ไม่เกิน 10 วัน นับจากวันที่ กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่ กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้ง นี้ จะส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 3 หรือกองบรรณาธิการสามารถ ปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.3 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 3 ไม่เกิน 7 วัน นับจากวันที่ กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่ กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้ง นี้ จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งสุดท้าย หรือกองบรรณาธิการ สามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้บทความในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.4 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 5 วัน นับจากวันที่ กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่ กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้ง นี้ กองบรรณาธิการจะทำการปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.7 ในการปรับแก้บทความแต่ละครั้ง กองบรรณาธิการจะทำการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความ บทคัดย่อ Abstract เนื้อหา เอกสารอ้างอิงและรายละเอียดอื่น ๆ ตามข้อเสนอแนะของ ผู้ทรงคุณวุฒิและ กองบรรณาธิการ รวมถึงรูปแบบบทความตามที่กอง บรรณาธิการกำหนดด้วย



และหากผู้เขียนไม่ส่งบทความฉบับแก้ไขมายัง กองบรรณาธิการภายใน ระยะเวลาที่กำหนด กองบรรณาธิการจะถือว่า ผู้เขียนสละสิทธิ์ในการตีพิมพ์ บทความลงใน TMF Journal

3.8 เมื่อกองบรรณาธิการทำการพิจารณาตรวจสอบบทความ ฉบับแก้ไขแล้ว เห็นว่า บทความควรได้รับการตีพิมพ์ลงใน TMF Journal กองบรรณาธิการก็จะทำการออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน บทความต่อไป

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแก้ความถูกต้อง ของข้อมูลรูปแบบบทความให้เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด เพื่อให้มีรูปแบบเดียวกัน และขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการพิจารณาหรือการตอบรับการตีพิมพ์ บทความได้ในทุกขั้นตอนการพิจารณาหาก เห็นสมควร

บทความที่ตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม TMF Journal ไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำ คัดลอก หรือ เผยแพร่ แต่จะต้องอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ

หมายเหตุ : สำหรับการให้ปรับแก้จำนวนครั้งขึ้นอยู่กับคุณภาพของงานและ หากมีเหตุจำเป็นจริงๆอาจจะยืดหยุ่นวันปรับแก้ได้ เช่นผู้เขียนมีการเจ็บป่วย เป็นต้น

4. การตอบแทนผู้เขียนบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

ทางบรรณาธิการจะทำการส่งมอบวารสารฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ ให้แก่ผู้แต่งหลัก จำนวน 2 เล่ม



การเขียนเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้าย บทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

ตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์

ตัวอย่าง

Anderson, J. E. (1994). *Public policy-making: Introduction* (2nd ed.). New York: Houghton Mifflin.

ชื่อผู้แต่งคนที่ 1, & ชื่อผู้แต่งคนที่ 2. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์).
สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.



2. บทความ/ เรื่อง/ ตอน ในหนังสือรวมเรื่อง

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม), ชื่อเรื่อง
หนังสือ (ฉบับพิมพ์ หน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง

Hall, S. (1996). The question of cultural identity. In Hall, David Held,
Anthony McGrew (Eds.), *Modernity and Its Futures* (pp. 274-
316). Cambridge: Polity Press.

3. บทความในวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้าที่ ปรากฏ
บทความในวารสาร.

ตัวอย่าง

Zheng, J., Hu, Z., & Wang, J. (2009). Entrepreneurship and innovation:
The case of Yangtze river delta in China. *Journal of Chinese
Entrepreneurship*, 1(2), 85-102.

4. สารสังเขปจากฐานข้อมูล CD-ROM

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ (ซีดี-รอม). สารสังเขปจาก: ชื่อฐานข้อมูลและ
หมายเลขเอกสารเพื่อการค้น.

ตัวอย่าง

Vonderwell, S. (2002). *Experiences of students and instructor in an
online technology in education course: A case study* (CD-
ROM). Abstract from: ProQuest File: Dissertation Abstracts
Item: 3062175.



5. เอกสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. วัน เดือน ปีที่สืบค้น จาก <http://www.XX/>
ตัวอย่าง

Atkins, A. (2000). *The effects of uncertainty avoidance on interaction in the classroom*. Retrieved January 10, 2013, from <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/collegeartslaw/cels/essays/language/teaching/Atkins1.pdf>

6. อ้างอิง Proceeding

การเขียนบรรณานุกรม รายงานการประชุมวิชาการหรือการสัมมนาทางวิชาการ Proceeding

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. ใน *ชื่อการประชุมหรือสัมมนา* (หน้าเลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

วุฒิพงษ์ ประทุมมา และพลพงศ์ สุขสว่าง. (2562). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางคณิตศาสตร์ตาม Model-Eliciting Activities สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีความสามารถพิเศษ ด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์. ใน *การประชุมวิชาการทางคณิตศาสตร์ ครั้งที่ 24 ประจำปีการศึกษา 2562* (หน้า 367-379). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
แปลเป็นภาษาอังกฤษ



Pratumma, W., & Suksawang, P. (2019). Development of mathematical creativity based on model eliciting activities for gifted upper secondary students in science and mathematics. In *Proceeding of the 24th Annual Meeting in Mathematics 2019* (pp. 367-379). Chonburi: Burapha University.

หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ถูกต้องตามหลัก APA References Style

การอ้างอิงในเนื้อหา

- กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ ศิริพันธ์ สาสัตย์ จากปี พ.ศ. 2561

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Sasat (2018)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Sasat, 2018)

- กรณีอ้างอิงต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วย ปี ค.ศ.

เช่น งานของ Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A.

จากปี ค.ศ. 2012 อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Azita, Norazah and Khalim (2012)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Azita, Norazah & Khalim, 2012)



การอ้างอิงท้ายบทความ

- กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการปรับการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษโดยใช้ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น, อักษรย่อชื่อกลาง. (ถ้ามี) ปี (ค.ศ.), แล้วตามด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิงนั้น ๆ

เช่น ศิริพันธ์ สาสดีย์ และเตือนใจ ภักดีพรหม (2561), ระบบสถาน
บริบาลผู้สูงอายุ. วารสารประชากรศาสตร์, 25(1), 45-62.

เปลี่ยนเป็น Sasat, S., & Phakdiprom, T. (2018). Nursing Care System
for the Elderly. *Journal of Demography*, 25(1), 45-62

- กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น.
อักษรย่อ ชื่อกลาง. (ถ้ามี) ปี (ค.ศ.), แล้วตาม ด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิง นั้น ๆ

เช่น Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A. (2012). The
language problem issue among foreign workers in the
Malaysian construction industry. *International Journal
of Business and Social Science*, 3(11), 97-99.



จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีความมุ่งมั่น ที่จะรักษาคุณภาพของวารสาร และการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด เพื่อประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตลอดจนผู้อ่านแวดวงวิชาการและสังคมโดยรวมวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จึงได้กำหนดจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความตามบทบาทและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความของผู้นิพนธ์ที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารวิชาการหรืองานประชุมวิชาการอื่นใดพร้อมกัน
2. หากผู้นิพนธ์มีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความของตน ผู้นิพนธ์จะต้องทำการอ้างอิงในเนื้อหา รวมทั้งการจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความ ให้เรียบร้อยไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง
3. ผู้นิพนธ์จะต้องเขียนบทความทางวิชาการให้ถูกต้องและเป็นไปตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดไว้ใน “คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย”
4. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในบทความนั้นจริง
5. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและ การศึกษานั้น โดยไม่บิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัยและระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)



บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาถ้อยแถลงและตรวจสอบบทความที่ส่งมา เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยพิจารณาเนื้อหาบทความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสารที่เปิดรับ

2. บรรณาธิการพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงกับสาขาวิชาของบทความนั้น ๆ เพื่อประเมินคุณภาพบทความ โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์

3 บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิให้ทราบต่อกัน

4. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความ โดยไม่มีอคติหรือเหตุผลส่วนตัวในการพิจารณาบทความของผู้นิพนธ์

5. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านการพิจารณาจาก ผู้ทรงคุณวุฒิ แล้ว และผู้นิพนธ์ได้ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วเท่านั้น

6. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์หรือผู้ทรงคุณวุฒิ และไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

7. บรรณาธิการต้องตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการ ประเมิน และตรวจสอบคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์ทุกครั้ง

8. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงการพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยอยู่เสมอ



บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่งของบทความที่พิจารณาแก่บุคคลอื่น
2. ผู้ทรงคุณวุฒิควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนเองเชี่ยวชาญ และมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง โดยมีการประเมิน/วิจารณ์เนื้อหาบทความและให้ข้อคิดเห็นในเชิงวิชาการ
3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก ไม่มีอคติหรือเหตุผลส่วนตัวในการประเมินบทความ และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์
4. หากผู้ทรงคุณวุฒิมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับบทความที่กองบรรณาธิการส่งให้ประเมินนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบทันที
5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาในการประเมินบทความตาม กรอบระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด
6. หากผู้ทรงคุณวุฒิพบหรือสงสัยว่าบทความจะซ้ำหรือมีการคัดลอก จะต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบเพื่อตรวจสอบทันที
7. หากจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ วารสาร TMF Journal จะไม่เปิดเผยโดยตรงต่อผู้เขียนแต่จะเปิดเผยตรงต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาผลงานทางวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้ขั้นตอน ต้องเป็นไปตาม พรบ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ



**ค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์
ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ**

อัตราค่าธรรมเนียม

- ค่าธรรมเนียมการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงใน TMF Journal บทความละ 1,500 บาท (ชำระเมื่อบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ เพื่อส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาต่อไป)
- แต่ในระยะแรก 3 ปีแรก ยกเว้นค่าธรรมเนียม (2565-2567)
- ค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิกหรือต่ออายุสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ปีละ 200 บาท (4 ฉบับต่อปี)
- ค่าธรรมเนียมการขอซื้อตัวเล่มวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพิ่มเติม เล่มละ 180 บาท

หมายเหตุ การชำระค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น ไม่ได้ถือว่าบทความจะได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เสมอไป เพราะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการก่อน ซึ่งจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 ท่าน จึงจะสามารถแจ้งผลการพิจารณาไปยังผู้เขียนได้ว่าบทความผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้ กองบรรณาธิการจะไม่คืนเงินค่าธรรมเนียมให้กับผู้เขียน ไม่ว่าบทความจะได้รับการตีพิมพ์ลงใน TMF Journal หรือไม่ก็ตาม





ใบสมัคร/ต่ออายุสมาชิก วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ข้าพเจ้า.....
โทรศัพท์ : E-mail.....
ขอสมัคร/ ต่ออายุสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เป็นเวลา ปี ตั้งแต่ปีที่ จนถึง
ถึงปีที่
ชื่อและที่อยู่ในการจัดส่ง
ชื่อและที่อยู่ในการออกใบเสร็จ

ลงชื่อ..... ผู้สมัคร
วันที่...../...../.....

อัตราค่าสมาชิก 1 ปี (4 ฉบับ) 200 บาท

ชำระค่าสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF) โดยโอนเงิน
ผ่านบัญชีธนาคาร เท่านั้น

เลขที่บัญชี ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

ธนาคาร. สาขา.....

กรุณาส่งใบสมัครพร้อมกับหลักฐานการชำระได้ 2 ทาง ดังนี้

1) ทางอีเมล : journal.tmf@thaimediafund.or.th

2) ทางไปรษณีย์ : กองบรรณาธิการวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ (TMF)

เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 02 273 0116-9 โทรสาร. 02 273 0119

E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th

เว็บไซต์ : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>

TMFJournal

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคาร 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 02 273 0116 - 9 โทรสาร. 02 273 0120

E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th

Website : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>