

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดีที่สุด โดยในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมหากสามารถเชื่อมโยงได้ทั้งรูปแบบที่เป็นสมัยใหม่และเรื่องราวทางวัฒนธรรม ที่มีความเชื่อที่ยึดถือและปฏิบัติสืบต่อกันมาในอดีต กับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ตามความนิยมในช่วงนั้นๆ จะสามารถแสดงความเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมสมัยที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เช่น เครื่องปั้นดินเผา โอ่ง ไห ในอดีตถูกผลิตขึ้นมาเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน จนกระทั่งล่วงเลยมาในยุคปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาเหล่านี้ถูกนำมาประยุกต์รูปแบบใหม่ที่พิจารณาด้านสุนทรียศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้นทำให้เกิดรูปแบบและหน้าที่ที่หลากหลาย ฯลฯ เมื่อนำรูปแบบดังกล่าวมาผสมผสานกันทั้งความเป็นสมัยใหม่และความเป็นสิ่งเดิมๆจะทำให้เกิดคุณค่าและเพิ่มมูลค่าได้ โดยคุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสัมผัสได้จากสิ่งที่ได้รับที่ทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งอาจจะเป็นความพึงพอใจจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยหรือหน้าที่ใช้สอยที่ตอบสนองได้อย่างสมบูรณ์ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อมีการนำสิ่งที่ผู้บริโภคสัมผัสได้มาเป็นสื่อในการเชื่อมโยงเรื่องราวทางวัฒนธรรมด้านต่างๆที่เป็นสิ่งดึงดูดเพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้วัฒนธรรมนั้นๆให้มีการสืบทอดต่อไปร่วมกับการทำหน้าที่หลักของผลิตภัณฑ์จะทำให้สังคมเกิดความสนใจมากขึ้นและยังได้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ด้วย โดยกระบวนการดังกล่าวกระทำได้ด้วยการนำเรื่องราวทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สื่อถึงวัฒนธรรมที่ดึงดูดหลายๆด้าน ซึ่งต้องพิจารณาที่เรื่องราวที่จะเขียนเป็นสำคัญเพื่อให้อยู่ในกรอบของบริบทแห่งความเหมาะสม

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีรูปแบบร่วมสมัย สวยงาม เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย นำมาสู่การบริโภคมากขึ้นส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจที่ดี เป็นผลจากการมีนักออกแบบและนักการตลาดที่สามารถทำงานร่วมกันได้ดี ทำให้เข้าใจถึงรูปแบบที่เป็นที่ต้องการของตลาด แต่ประเด็นปัญหาเกิดจากการพิจารณาด้านวัฒนธรรม โดยพบว่าเมื่อมีการสนับสนุนให้เกิดการสร้างงานเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามนโยบายของรัฐบาล (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2552 : ก) จึงมีการผลิตงานประเภทผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมขึ้นโดยการสร้างเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวทางวัฒนธรรม มีความร่วมสมัย เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเชิงธุรกิจจากชุมชนสู่

สากตมากขึ้น และบางชุมชนที่สามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ออกแบบสินค้าให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น จนขาดความเป็นเอกลักษณ์ และมีการผลิตเชิงอุตสาหกรรมมากขึ้น เพื่อให้ผลิตได้รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่โดยไม่คำนึงถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นภายหลัง เช่น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีการนำภาพจิตรกรรมไทยมาถ่ายทอดบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ มักจะเกิดปัญหาด้านการคัดเลือกภาพที่ไม่เหมาะสมกับหน้าที่และไม่สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และอาจเป็นสื่อที่ทำให้เด็กที่เป็นเยาวชนของชาติซึ่งยังไม่สามารถแยกแยะสิ่งที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบได้ อาจมีการปฏิบัติตาม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ในขณะที่เดียวกันยังพบปัญหาด้านฝีมือช่าง ซึ่งบางคนอาจยังไม่มีทักษะ ความชำนาญ เทียบเท่ากับช่างผู้เขียนภาพต้นแบบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณค่าทางความงามของภาพต้นแบบดั้งเดิมได้ ทำให้ผู้บริโภคลดความสนใจลง นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านการสื่อความหมายของภาพจิตรกรรมฝาผนังให้เข้าใจได้ยากจึงเกิดการนำมาเขียนผิดวัตถุประสงค์ และทำให้ผู้บริโภคทั่วไปสื่อความหมายในทางที่ผิด เป็นต้น

ปัญหาดังกล่าว ถือเป็นปัญหาที่มีผลกระทบกับสังคมและวัฒนธรรมไทยค่อนข้างสูง โดยอาจทำให้คนในสังคมโดยรวมเสื่อมจริยธรรมลงจากการไม่เข้าใจในความหมายของภาพจิตรกรรมฝาผนังต่างๆ ที่มักจะเขียนสอดแทรกคำสอนทางศาสนาเพื่อให้เกิดความศรัทธา (สันติ เล็กสุขุม. 2548 : 16) ไว้เสมอ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในเรื่องราวทางวัฒนธรรมสำหรับผู้ที่คิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนในการนำภาพจิตรกรรมไทยมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานนั้นๆ ให้สามารถแยกแยะเรื่องราวได้อย่างเหมาะสม ผู้บริโภคทั่วไปสามารถรับรู้ถึงความงามและความหมายที่เกิดขึ้นจากภาพเขียนนั้นๆ จึงจำเป็นต้องมีการสื่อภาพเขียนจิตรกรรมฝาผนังจากเรื่องราวที่สอดคล้องและคุ้นเคยในท้องถิ่นก่อนเพื่อแสดงเอกลักษณ์และเข้าใจได้ง่าย เช่น ภาพวิถีชีวิต ภาพขนบธรรมเนียม ประเพณี เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตผู้คนในอดีต และประเพณีที่สำคัญของชาติ ให้สามารถพบเห็นได้ง่ายในชีวิตประจำวัน โดยใช้ช่องทางของตัวผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกและออกแบบจากกระบวนการวิจัย เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการสื่อเรื่องราวดังกล่าวให้สาธารณชนทั่วไปได้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณีที่สำคัญ ในขณะที่เดียวกันยังทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ หรือผู้ที่คิดสร้างสรรค์จิตรกรรมไทยบนผลิตภัณฑ์ได้เกิดการเรียนรู้ ทั้งในแง่ของความหมายของภาพ ความเหมาะสมของหน้าที่ที่สัมพันธ์กันของเรื่องราวและการนำมาใช้สอย ความประณีตของฝีมือช่าง ให้เห็นเป็นบรรทัดฐานและเข้าใจได้ถูกต้องจากสื่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการออกแบบและพัฒนามาจากผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อให้เกิดความร่วมมือสมัยในรูปแบบและเกิดความถูกต้องของเรื่องราว ก่อนที่จะดำเนินการผลิตผลงานผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมออกสู่ตลาดในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลาง ในการสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านต้นแบบผลิตภัณฑ์สู่สาธารณชน
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่มีการเลียนแบบหรือนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์
3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย เกิดการเรียนรู้ต่อสาธารณชน

คำถามการวิจัย

1. รูปแบบจิตรกรรมภาคเหนือและภาคกลางแตกต่างกันอย่างไร
2. กระบวนการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร
3. การนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์มีวิธีการอย่างไร
4. ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย มีลักษณะอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบลักษณะภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลางผ่านสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์
2. ทำให้เข้าใจกระบวนการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมที่ดึงมาผ่านสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์
3. ทำให้เข้าใจรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม
4. ทำให้ทราบแนวทางการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม หมายถึง ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีอยู่เดิมหรือผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ โดยนำเรื่องราวจากภาพจิตรกรรมฝาผนังมาเป็นส่วนประกอบ

ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการออกแบบและพัฒนาให้มีรูปแบบตามสมัยนิยม

สมัยนิยม หมายถึง การยอมรับกับสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงนั้นๆ

ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อใช้ทดสอบหรือเป็นแนวทางในการหาความต้องการทางการตลาดก่อนที่จะผลิตจำนวนมาก

เอกลักษณ์พื้นถิ่น หมายถึง การแสดงออกของสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์หรืองานศิลปะที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น โดยมีรากฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆร่วมกัน

จิตรกรรมฝาผนัง หมายถึง ภาพที่เขียนขึ้นบนผนังของอาคารทางพุทธศาสนา

จิตรกรรมไทยล้านนา หมายถึง จิตรกรรมที่สร้างขึ้นโดยเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมไทยล้านนาจากการดำเนินชีวิต ค่านิยม ความเชื่อและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ

สื่อเอกลักษณ์ หมายถึง การนำเสนอ หรือชักนำให้บุคคลอื่นได้เห็นหรือทราบ สิ่งต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น โดยมีรากฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ด้วยวิธีการ ต่าง ๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัย “ ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นจากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย ” ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1.กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลางเพื่อสื่อให้เกิดการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมด้านจิตรกรรมฝาผนัง

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการเรียนรู้ 8 ขั้น ของกาเย่ (Gagne : Website) ประกอบด้วย

1.1 การจูงใจ (Motivation Phase) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในภาพจิตรกรรมฝาผนังบนสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟตกแต่งบ้าน

1.2 การรับรู้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Apprehending Phase) โดยผู้เรียนรู้หรือผู้บริโภคจะรับรู้สิ่งที่สอดคล้องกับความตั้งใจ ซึ่งเมื่อมีความตั้งใจที่จะเข้ามาชื่นชมภาพจิตรกรรมที่เขียนบนผลิตภัณฑ์ก็จะสามารถเกิดการรับรู้ได้

1.3 การปรุงแต่งสิ่งที่รับรู้ไว้เป็นความจำ (Acquisition Phase) เพื่อให้เกิดความจำระยะสั้นและระยะยาว โดยเมื่อผู้บริโภคจินตนาการสิ่งที่รับรู้ไว้จากภาพจิตรกรรมฝาผนังบนสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ จะทำให้เกิดความจำ

1.4 ความสามารถในการจำ (Retention Phase) เกิดจากการกระตุ้นบ่อยๆด้วยการทำให้พบเห็นได้ง่ายจากผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน(โคมไฟ)

1.5 ความสามารถในการระลึกถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปแล้ว (Recall Phase)

1.6 การนำไปประยุกต์ใช้กับสิ่งที่เรียนรู้ไปแล้ว (Generalization Phase)

1.7 การแสดงออกพฤติกรรมที่เรียนรู้ (Performance Phase) เช่น การพิจารณาภาพการนำมาใช้ ฯลฯ

1.8 การแสดงผลการเรียนรู้กลับไปยังผู้เรียนรู้ (Feedback Phase) ทำให้เกิดการรู้เพิ่มขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทั้ง 8 ขั้นดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างการเรียนรู้เรื่องราวภาพจิตรกรรมฝาผนังด้วยสื่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างการจูงใจจากภาพและผลิตภัณฑ์สร้างเป้าหมายในการซื้อหรือการใช้ สร้างการจดจำ เพื่อให้เกิดการระลึกถึงสิ่งนั้นๆและมีการนำกลับมาใช้ต่อไปเรื่อยๆ จึงเกิดการเรียนรู้แบบยั่งยืนขึ้น

ใช้กรอบแนวคิดของจุลทรรศน์ พยาฆรานนท์ (2524 : 14) ศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยในเรื่องของการแสดงออกของอากัปกริยา ท่าทาง และรูปลักษณะที่เหมือนกันแทบทุกพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมเดียวกันโดยมีสาเหตุ 3 ประการ คือ การจัดองค์ประกอบตามเนื้อเรื่อง การเขียนเลียนแบบพฤติกรรมจากบุคคลจากการแสดงออกที่แท้จริงและ การเขียนตามแบบโบราณที่นิยมสืบต่อกันมาโดยนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ลักษณะภาพจิตรกรรมไทยภาคเหนือและภาคกลาง

2. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีการนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลาง

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ สุวิทย์ วงศ์จิราพาณิชย์ (2549 : 74-77) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยเคล็ดลับที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคได้ คือ การเริ่มต้นที่ดี การทำงานวิจัย การวางแผนงาน การสื่อสาร การนำรูปแบบงานออกแบบสู่กระบวนการผลิต โดยกระบวนการ 5 ขั้นตอนนี้ต้องเสริมด้วยการสร้างอารมณ์ให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าด้วย แนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในส่วนของการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์และสร้างอารมณ์ให้ผลิตภัณฑ์ด้วยภาพเขียนจิตรกรรมไทยในอิริยาบถต่างๆ ในขณะเดียวกันยังสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่แต่ละแห่งด้วยเรื่องราวของภาพทั้งตัวบุคคลและองค์ประกอบรวมอื่นๆ

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตให้มีความแปลกใหม่และมีความร่วมสมัยขึ้น

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546 : 36) เพื่อใช้ศึกษากระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า โดยวัฒนธรรมจะเป็นสินค้าได้ต้องมีความต้องการซื้อและความต้องการซื้อจะเกิดขึ้นได้สิ่งนั้นต้องแสดงอรรถประโยชน์ให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการศึกษาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเดิมถึงคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับเพื่อค้นหาความต้องการจากผู้บริโภคและนำมาออกแบบพัฒนาปรับปรุงให้เกิดเป็นสินค้าใหม่จาก

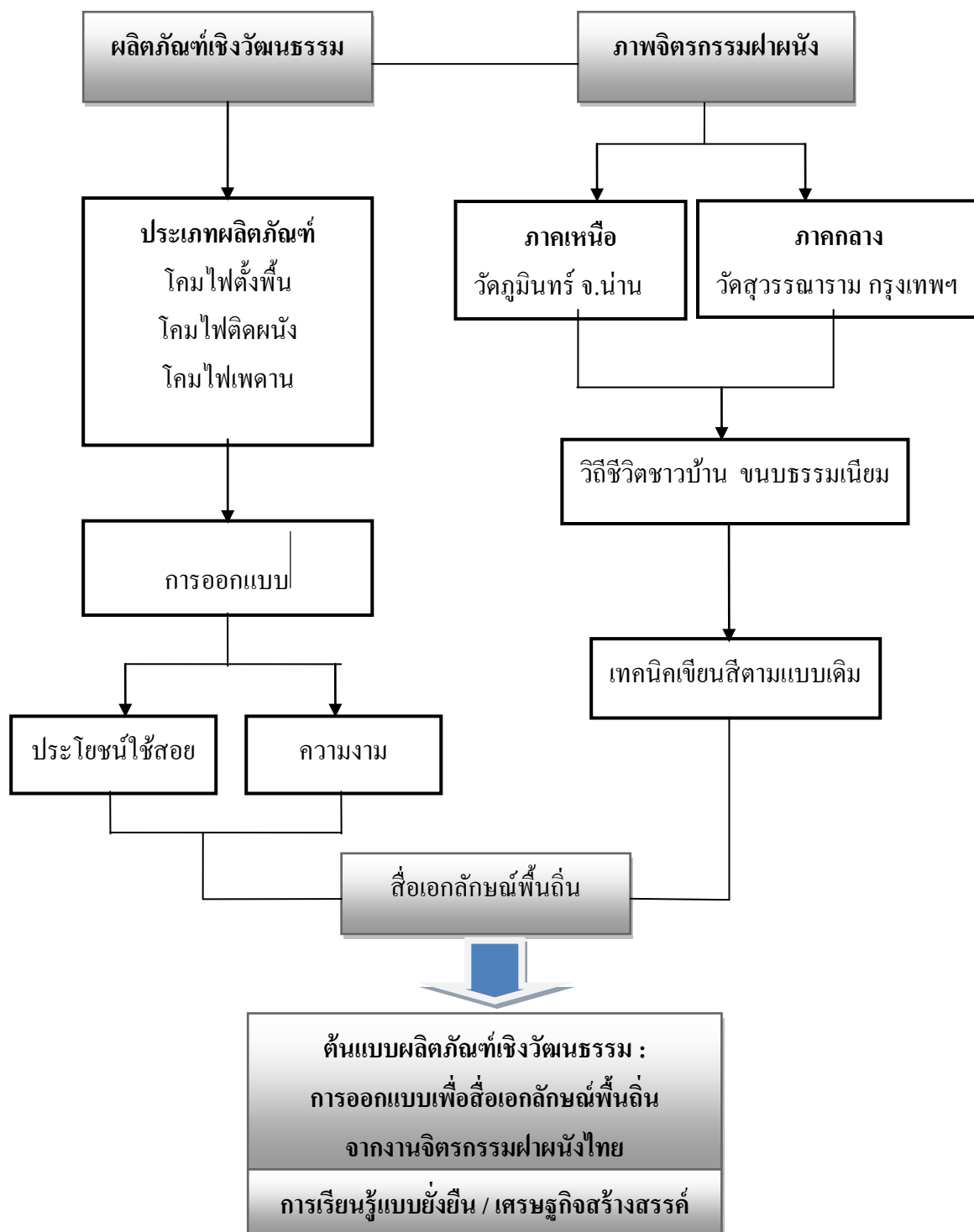
สินค้าเดิม ที่แสดงคุณสมบัติประโยชน์จากการใช้สอยและคุณค่าทางความงามจากรูปแบบผลิตภัณฑ์และภาพประกอบที่คัดลอกจากจิตรกรรมฝาผนังด้วยการจัดองค์ประกอบใหม่เพื่อสื่อความเข้าใจง่ายขึ้น

4. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Tim Brown (2548 : website) เพื่อพิจารณาในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็นการสร้างขึ้นมาเพื่อหาความคิดเห็นจากผู้รู้หลายๆด้าน ซึ่งนอกเหนือจากจะมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตนเองแล้ว ยังต้องมีความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์อื่น ๆ ด้วยเพื่อให้สามารถมองเห็นความเชื่อมโยง ความสอดคล้องระหว่างสิ่งต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อาจกล่าวได้ว่า การสร้างตัวต้นแบบหรือ Prototype ขึ้นมาก่อนนั้น มีหลักสำคัญ เพื่อให้เราได้รับฟัง และรับทราบถึงความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆรวมถึงผู้บริโภคด้วย จากนั้นเราก็นำต้นแบบกลับไปปรับปรุงแล้วกลับมารับฟังความคิดเห็นกันอีกครั้งหนึ่ง หรืออาจจะนำไปทดสอบตลาดเลยก็ได้ หากผู้บริโภคยอมรับก็สามารถผลิตต่อเป็นระบบอุตสาหกรรมได้เลย ซึ่งแนวคิดนี้สามารถวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนก่อนที่จะมีการผลิตออกมาจำนวนมาก

5.กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม(โคมไฟ)ให้มีรูปแบบร่วมสมัย
ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ วัฒนะ จูทะวิภาต (2545 : 113) เพื่อใช้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบโคมไฟประเภทต่างๆ ประกอบด้วย โคมไฟเพดาน โคมไฟติดผนัง โคมไฟตั้งพื้น ซึ่งแต่ละประเภทจะมีข้อพิจารณาที่แตกต่างกัน เช่น การออกแบบโคมไฟเพดานจะมีรูปแบบที่มีขาสำหรับแขวนด้านบน ส่วนโคมไฟติดผนังจะมีลักษณะแบนด้านหลังมีขายึด และโคมไฟตั้งพื้นจะมีฐานกว้างเพื่อความมั่นคงแข็งแรง โดยโคมไฟทุกประเภทจะถูกออกแบบให้มีพื้นที่สำหรับเขียนภาพจิตรกรรมไทยให้ห่างจากตัวโคมไฟในระยะที่แสงไฟไม่สามารถทำลายสีของภาพเขียนได้

ตารางแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย