

**การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน
เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ**
**Creation of folk performing arts festival by community participation to
improve the local economy of Bang Saotong District, Samutprakarn**

ไจบุญ แยมยิม (Jaiboon Yamyim)

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

Huachiew Chalermprakiet University

E-Mail: patgolf23@hotmail.com

Received: September 26, 2022, Revised: November 7, 2022, Accepted: December 3, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านของตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่ 2. ศึกษาแนวทางและสร้างสรรคการจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชาวตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่ และ 3. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI) วิธีการดำเนินการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีประชาคม การถอดบทเรียนและการคืนข้อมูลสู่ชุมชน ผลการศึกษา พบว่า ปัญหาหลัก คือ สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ทำให้หลายพื้นที่ไม่สามารถทำการแสดงได้ เจ้าภาพแจ้งเลื่อนหรือยกเลิก ปัญหารอง คือ ขาดการสื่อสารการตลาด ความนิยมชมการแสดงพื้นบ้านที่ลดลง คนหันไปเสพสื่อใหม่ เน้นชมออนไลน์ แนวทางการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ จำนวน 11 แนวทาง ได้แก่ 1. ชูอัตลักษณ์จากรากเหง้าทำให้โดดเด่น 2. จัดหมวดหมู่กิจกรรมและพื้นที่ 3. มีกิจกรรมการเรียนรู้ นิทรรศการและการเสวนา 4. สร้างแพลตฟอร์มเพื่อช่วยศิลปิน 5. สร้างจุดเน้นนำสายตาท่าภายในงาน 6. สร้างโครงเรื่องให้น่าติดตาม 7. หยิบเรื่องราวของชีวิตนักแสดงมาเล่า 8. เชิญผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินมาร่วมพูดคุยและทำกิจกรรม 9. จัดไลฟ์สดแบบออนไลน์ 10. มีพ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขาย และ 11. ชุมชนเป็นเจ้าของเทศกาล หน่วยงานต่าง ๆ เป็นส่วนสนับสนุน โดยสร้างสรรคการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน 5 ขั้นตอน เป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) ผสานการจัดในสถานที่จริง (On ground) ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) หลังจัดงานเทศกาลฯ คณะโชนสดเด็กครุวิจิณพลี ROI = 31 % รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 720,000 บ. คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ ROI = 82 % รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 1,440,000 บ. คณะกลองยาวบุญญิตศิลป์ ROI = 33 % รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 288,000 บ. คณะหมอทำขวัญนาควัฒน์เรือนลูกปรการ ROI = 100 % รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 672,000 บ. สำหรับผลตอบแทนทางสังคม (SROI) มูลค่าการลงทุนโครงการจัดงานเทศกาลฯ จำนวนทั้งสิ้น 410,744.71 บ. สามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์จากการลงทุน จำนวน 3,741,866.35 บ. เมื่อนำมาคำนวณการประเมินผลกระทบทางสังคมเทียบกับเงินลงทุนดำเนินการ จำนวน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคม SROI = 9.11 บาท สรุปได้ว่า เป็นโครงการที่น่าลงทุน

คำสำคัญ: เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน การถ่ายทอดสดออนไลน์ สถานที่จริง

Abstract

This research study about the creation of a performing arts and folk festival with community participation that aimed to improve the local economy of Bang Saotong District, Samutprakarn. The objectives were 1. to study the problems of local performing arts entrepreneurs in Sisa Chorakhe Yai 2. to study the guidelines and creativity in organizing the Sisa Chorakhe Yai Folk Performing Arts Festival 3. to assess the Return on Investment and Social Return on Investment (ROI/SROI). A qualitative research methodology was used. The research took the form of participatory action research that consisted of: document gathering, related research reports, participant and non-participant observation, in-depth interviews, group chats, organizing a community forum, knowledge management and feedback to the community. The study found that the main problem was the severity of the COVID-19 epidemic which affected the folk performing arts entrepreneurs in Sisa Chorakhe Yai. The secondary problem was the lack of marketing communication. Moreover, people are now focusing on new media online which led to the decline in folk performances popularity. There were 11 guidelines for organizing the Folk Performing Arts Festival 1. emphasize identity from the root to make it stand out 2. categorize activities and areas 3. arrange learning activities, exhibitions and discussions 4. build a platform to help artists 5. create a visual focus within the event 6. create an engaging storyline from start to finish 7. create story telling from actors' lives 8. invite expert artists to talk 9. organize live online events 10. invite vendors 11. the community is the owner of the Folk Performing Arts Festival and various agencies act as supporters in 5 steps. The Folk Performing Arts Festival included both online broadcasting (Live Steaming) and on ground (onsite?) activities according to security measures necessitated by the COVID-19 situation. The assessment of economic return on investment (ROI) after the Folk Performing Arts Festival, Khon Sod Khru Wik Chimpfli School ROI = 31 % with an average total income per year of 720,000 baht, Ban Sri Ket Thai Music Group ROI = 82 % with an average total income per year of 1,440,000 baht, Klong Yow Bunyadsil ROI = 33 % with an average total income per year of 288,000 baht, Tham Kwan Nak Kwan Ruen Luk Prakan group ROI = 100 % with an average total income per year of 672,000 baht. The Social Return on Investment (SROI) of 410,744.71 baht could generate value from the investment in the amount of 3,741,866.35 baht. When calculating the social impact assessment compared to the investment in the amount of 1 baht, the social return is SROI = 9.11 baht. Concluded that the project was worth investing in.

Keywords: Folk Performing Arts Festival, Live Steaming, On Ground

บทนำ

สืบเนื่องจากงานวิจัย เรื่อง “การจัดการแสดงโขนสดเด็กคณะครูวิกรมพลีแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาศิลปะการแสดงเชิงพาณิชย์” ภายใต้โครงการวิจัย “การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสองฝั่งคลอง พื้นที่อำเภอ บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ” จากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้รับทุนพัฒนาโครงการวิจัย (Project development grant) ภายใต้ชุดโครงการ “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่” ครั้งที่ 3 จาก สกสว. หรือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจ คือ ควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดในเชิงลึกเฉพาะด้านสื่อสารการตลาดสำหรับงานด้านศิลปะการแสดงพื้นบ้านเชิงพาณิชย์ เนื่องด้วย ศิลปินพื้นบ้านส่วนใหญ่มีองค์ความรู้ด้านศิลปะการแสดงซึ่งเป็นศาสตร์ที่ตนเองอนุรักษ์และสืบสานมาโดยตลอด สิ่งหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือการดำเนินกิจการของคณะในเชิงพาณิชย์ โดยส่วนใหญ่จะขาดองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารการตลาด และไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีที่เข้าสู่โลกสังคมออนไลน์ จากข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การศึกษาวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอ บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการภายใต้โครงการวิจัย “การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมสองฝั่งคลองสู่การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม อำเภอ บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ”

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาต่อยอดงานวิจัยกลุ่มเป้าหมายเดิม คือ คณะโขนสดเด็กครูวิกรมพลี และศึกษาเพิ่มเติมกลุ่มเป้าหมายใหม่ อันเป็นผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านในเขตพื้นที่ ต.ศิริชนะจรเข้ใหญ่ ที่รับงานแสดงอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 3 ราย ได้แก่ คณะหม่อมทำขวัญนาคขวัญเรือนลูกปรการ คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ และคณะกลองยาวบุญฤดีศิลป์ ผู้ประกอบการวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง มีความต้องการให้ช่วยทำการตลาดรวมถึงในปัจจุบันผู้ชมนิยมชมทางไลฟ์สด ผู้ชมไม่อาจมาชมการแสดงในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ โดยในปี พ.ศ. 2564 ผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 ราย ต้องพบเจอกับช่วงย่ำแย่จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อีกรอบ ทำให้หลายพื้นที่ไม่สามารถทำการแสดงได้ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทางเจ้าภาพต้องแจ้งเลื่อนและยกเลิกการจัดงานออกไปแบบไม่มีกำหนด กว่าจะกลับมาฟื้นตัวก็ไม่ว่าเมื่อไหร่

การแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ทำให้หลายคนเริ่มมีการพูดถึงกันมากเกี่ยวกับวิถีชีวิตปกติใหม่ หรือ New Normal ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพราะวิกฤตโควิด-19 อาจยังไม่จบลงง่าย ๆ เมื่อเป็นเช่นนี้เราอาจจะได้เห็นพฤติกรรมผู้บริโภคหรือภูมิทัศน์ทางธุรกิจ รวมไปถึง New Normal ในมิติต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นบ้างหลังวิกฤตโควิด-19 ผ่านพ้นไป วิถีชีวิตปกติใหม่ในมิติของการจัดงานแสดงสินค้า งานอีเว้นท์ต่าง ๆ ที่จะเคลื่อนย้ายไปอยู่บนออนไลน์ ด้วยเหตุผลที่ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่แออัดคนพลุกพล่าน ทำให้ผู้จัดงานอีเว้นท์ต่าง ๆ ต้องยกเลิกการจัดงาน สร้างความเสียหายอย่างมหาศาล ทางเลือกหนึ่งคือ การไลฟ์สดริมน (Live Streaming) เป็นการไลฟ์สดออนไลน์ที่สามารถบันทึกและถ่ายทอดออกอากาศพร้อมกันแบบเรียลไทม์ ปัจจุบันการไลฟ์สดริมนมีสัดส่วนเป็นจำนวนมากถึงกว่าสองในสามของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด (The Momentum, 2563) งานเทศกาล (Festival) เน้นความบันเทิงหรือการเฉลิมฉลองเป็นหลัก งานวิจัยบางชิ้นกล่าวว่าความเป็นเทศกาลมีความเป็นชุมชน (community) ผ่องแผ้วอย่างชัดเจน และมีจุดมุ่งหมายให้ผู้เข้าร่วมมากที่สุด โดยเน้นมอบ

ประสบการณ์ที่คนเหล่านี้จะไม่ได้พบในชีวิตประจำวัน และมักสร้างผลทางบวกในด้านเศรษฐกิจ งานเทศกาลส่ง “ผลทางบวก” แก่ชุมชน มีทั้งแบบจับต้องได้ วัดผลได้ และแบบจับต้องไม่ได้ (กรณีศ รัตนามัทธนะ, 2561)

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยถึงสภาพปัญหาของผู้ประกอบการวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงของตำบลศิระจรเข้ใหญ่ ศึกษาแนวทางและลักษณะการจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชาวตำบลศิระจรเข้ใหญ่ แบบพบปะต่อหน้าบนพื้นที่จริง (On ground) ผสมผสานกับแบบการไลฟ์สดริม (Live streaming) จากนั้นดำเนินการสร้างสรรค์เทศกาลฯ และประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI) โดยดำเนินการภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีผู้มีส่วนร่วมหลายฝ่ายได้แลกเปลี่ยนความคิดและข้อมูลร่วมกัน วางแผน สร้างความเข้าใจ และดำเนินการร่วมกัน นำไปสู่การสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการวัฒนธรรมการแสดง เครือข่าย และชุมชน ตามแนวคิดการสื่อสารที่ใช้เป็นกรอบหลักในการศึกษา โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” ในการจัดเทศกาล นำความรู้ด้านศิลปะการแสดง การจัดการทางวัฒนธรรม และการตลาด ไปช่วยพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงและชุมชนให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก นอกจากช่วยเหลือผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านโดยตรงแล้ว ยังเป็นการช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียน เด็ก เยาวชน ศิลปินพื้นบ้าน หรือนักแสดงหน้าใหม่ ได้พัฒนาความสามารถด้านศิลปะการแสดง ร่วมกันสร้างผลงาน ได้มีเวทีแสดงเพิ่มพื้นที่ทางศิลปะ ตลอดจนเป็นการรักษาเอกลักษณ์ ของชุมชน สืบทอดภูมิปัญญาบรรพบุรุษ รวมทั้งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนให้คึกคัก โดยเทศกาลนี้จะเป็นการสะท้อนวิถีชีวิตและความเชื่อของคนในท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนและชุมชนตำบลศิระจรเข้ใหญ่ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านของตำบลศิระจรเข้ใหญ่
2. เพื่อศึกษาแนวทางและสร้างสรรค์การจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชาวตำบลศิระจรเข้ใหญ่
3. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านในต.ศิระจรเข้ใหญ่ อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ จำนวน 4 ราย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 ราย ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ราย ศิลปินพื้นบ้าน จำนวน 1 ราย ภาคประชาสังคม จำนวน 2 ราย ภาครัฐ จำนวน 9 หน่วยงาน ภาคเอกชน จำนวน 2 บริษัท พระสงฆ์ จำนวน 1 รูป คณะกรรมการวัด จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ร้านค้า จำนวน 2 ร้าน ผู้จัดการร้านค้า จำนวน 1 คน นักศึกษา จำนวน 13 คน กลุ่มวิชาชีพโทรทัศน์และศิลปะการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (บูรณาการงานวิจัยกับการเรียนการสอน)

พื้นที่ดำเนินการ คือ ตำบลศิระจรเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 15 เดือน ระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม 2564 ถึง 15 สิงหาคม 2565

งบประมาณโครงการวิจัย จำนวน 440,000 บ. (หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) จำนวน 360,000 บ. และเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 80,000 บ.)

โครงการวิจัยนี้ ได้รับการอนุมัติรับรองจริยธรรมวิจัย จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (เลขที่รับรอง อ.1103/2564)

การทบทวนวรรณกรรม

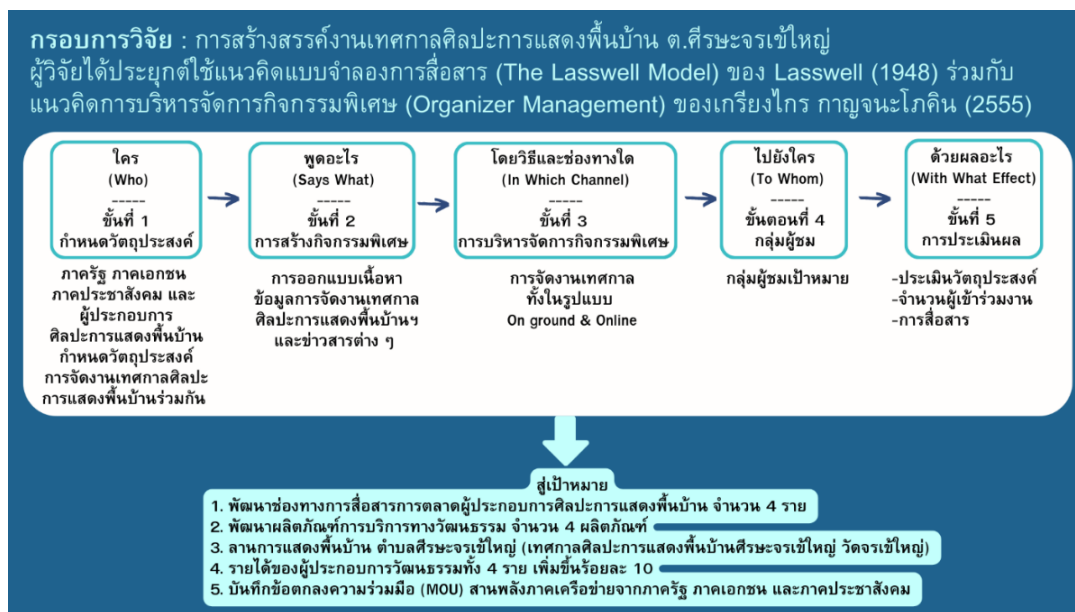
แนวคิดสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell) ลาสเวลล์เป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันที่ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี ค.ศ.1948 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ **ใคร * พูดอะไร * โดยช่องทางใด * ไปยังใคร * ด้วยผลอะไร** (ศูนย์สื่อสารนานาชาติแห่งจุฬาฯ, 2554) ผู้ศึกษาได้นำสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์มาเป็นแนวทางการพัฒนารอบวิจัยหลักในการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่

แนวคิดการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ (Organizer Management) เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) นักบริหารกิจกรรมพิเศษ ได้แบ่ง การสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเป็น 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์หรือ Objective ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง ขั้นตอนที่ 3 คือ การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ หมายถึง การควบคุมและดูแลการผลิตทั้งหมด ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้อย่างละเอียด ขั้นตอนที่ 4 คือ การประเมินผล หมายถึง การติดตาม และประเมินในทุกขั้นตอน เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการวัดผลสำเร็จของกิจกรรมและเพื่อนำไปปรับใช้ในการจัดกิจกรรมพิเศษครั้งต่อไป ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ (Organizer Management) ร่วมกับสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์ เพื่อสร้างกรอบการวิจัย การสร้างสรรค์งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน

แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI) การดำเนินการวิเคราะห์ SROI เกี่ยวข้องกับ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การกำหนดขอบเขตและการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของโครงการ 2. การรวบรวมผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ที่จะใช้คำนวณผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเงินลงทุน ผลผลิตของโครงการ และผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้น 3. การตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและประมาณการเป็นมูลค่า 4. การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ การรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ และการแปลงเป็นมูลค่าทางการเงินกับผลลัพธ์นั้น ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ จะถูกตัดออกจากการพิจารณา 5. การคำนวณผลตอบแทนทางสังคม ขั้นตอนนี้เกี่ยวข้องโดยรวมผลลัพธ์ทั้งที่เป็นด้านบวก ด้านลบ และเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นกับการลงทุน รวมทั้งวัดความอ่อนไหวของผลลัพธ์ที่ได้ 6. การรายงานการใช้ และการนำไปใช้ (ไวฑูรย์ โภคาชัยพัฒน์, 2561 : ออนไลน์)

กรอบการวิจัย

ได้นำแนวคิดแบบจำลองการสื่อสาร (The Lasswell Model) ของ Lasswell (1948) มาเป็นแนวทางการพัฒนารอบวิจัยหลัก ในการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่ ตามแนวทาง 5 ขั้นตอน คือ **ใคร * พูดอะไร * โดยช่องทางใด * ไปยังใคร * ด้วยผลอะไร** จากนั้นนำแนวคิดการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ (Organizer Management) ของเกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง ขั้นตอนที่ 3 คือ การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ และขั้นตอนที่ 4 คือ การประเมินผล โดยผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ โดยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ตามแผนภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR)



ภาพที่ 2 วิธีดำเนินงานวิจัย

จากภาพที่ 2 วิธีการดำเนินงานวิจัย เริ่มจากเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจรายการทุนทางวัฒนธรรม ที่รวบรวมรายการมรดกทางวัฒนธรรมอำเภอบางเสาธง (ตำบลศิริระจเรห์น้อย ตำบลศิริระจเรห์ใหญ่ ตำบลบางเสาธง) จำนวนทั้งสิ้น 44 รายการ จำแนกเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) 20 รายการ และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จำนวน 24 รายการ แล้วใช้วิธีการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงที่ยังรับงานอยู่ในปัจจุบันและมีสถานที่ตั้งขององค์กรศิลปะการแสดงอยู่ในตำบลศิริระจเรห์ใหญ่ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยผู้ประกอบการเดิม จำนวน 1 ราย

คือ คณะโขนสดเด็กครูวิกรมพลี และผู้ประกอบการรายใหม่ จำนวน 3 ราย ได้แก่ คณะกลองยาวบุญญัตติศิลป์ คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ และคณะหมอทำขวัญนาควัฒน์เรือน ลูกปรกาการ

ผู้วิจัยประสานงานพื้นที่ เก็บข้อมูลผู้ประกอบการศิลปะการแสดง ทั้ง 4 ราย จากการสัมภาษณ์และการสังเกต เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงาน ประสานงานกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือการจัดงานเทศกาล สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ (ศิลปินศิลปาธร) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานเทศกาล เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์งานเทศกาล จัดประชุมเวทีประชาคม (การมีส่วนร่วมของชุมชน) จำนวน 2 ครั้ง เพื่อหารือแนวทางการจัดเทศกาล วิเคราะห์ข้อมูล วางแผน และเตรียมความพร้อมจัดเทศกาลร่วมกับชุมชน รวมถึงการบูรณาการวิจัยกับการเรียนการสอน ในระหว่างเตรียมความพร้อมการจัดงาน ผู้วิจัยจัดอบรมเสริมศักยภาพการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้าน จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน จากนั้นดำเนินการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ภายหลังการจัดงานเสร็จสิ้นผู้วิจัยเก็บข้อมูลความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง ภาคส่วนที่ร่วมจัดงาน และเก็บข้อมูลภาวะการดำเนินงานหลังการจัดงานเทศกาล ประมาณ 3 เดือน กับผู้ประกอบการวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง ทั้ง 4 ราย ใช้การสัมภาษณ์เป็นหลัก โดยนำข้อมูลวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และข้อมูลตัวเลขรายได้นำมาคำนวณผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI) โดยกำหนดขอบเขต ระบุและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่เชื่อมโยงกิจกรรม ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ ใส่มูลค่าที่เป็นตัวเลขทางการเงิน เลือกเฉพาะรายการที่เป็นสาระสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หักลบผลลัพธ์ที่เกินจริง จากนั้นคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) จัดเวทีการนำเสนอข้อมูลและคืนข้อมูลสู่ชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกต (Observation) แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การจัดเวทีประชาคม การคืนข้อมูลสู่ชุมชนและการถอดบทเรียน การรวบรวมข้อมูล การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI) คำนวณด้วยโปรแกรม Microsoft Excel

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล จากประเด็นการศึกษาผู้วิจัยจะใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบคุณภาพ (Qualitative Methodology) เป็นวิธีการหลักในการเก็บข้อมูลได้แก่ การใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non – Structured Interview) การใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) การใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) และการใช้แบบฟอร์มรวบรวมข้อมูล การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

การตรวจสอบข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่ได้มา ซึ่งประกอบด้วย แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ แหล่งบุคคล และแหล่งข้อมูลที่ได้มาจากจุดต่าง ๆ เป็นข้อมูลที่เหมือนกันหรือไม่ ถ้าหากว่าข้อมูลที่ได้มาเหมือนกันหรือซ้ำ ๆ กัน ผู้วิจัยถือว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้เป็นข้อมูลจริง แล้วจึงจะบันทึกข้อมูลไว้ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการกำหนดแก่นสารจากการตีความ (Thematic Analysis) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีประชาคม การจัดเวทีคืนข้อมูล การถอดบทเรียน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) และผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนโครงการฯ (SROI) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลเป็นแผนที่ผลลัพธ์ โดยระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ โดยการคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณ โครงการฯ ทุก 1 บาทที่ใช้ไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อข้างต้น ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ เกี่ยวกับสถานการณ์การจ้าง ผลการวิจัย พบว่า

คณะโขนสวดเด็กครูวิกรมพลี รับงานการแสดงโขนสวดเด็กมาตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน ปี 2563 โดยมีครูวิกรมพลีเป็นหัวหน้าคณะ ปัจจุบันโขนสวดเด็กคณะครูวิกรมพลีได้รับการพัฒนาการจัดการศิลปะการแสดงเชิงพาณิชย์ ก่อให้เกิดการบริหารจัดการภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณค่าต่อชุมชนและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ช่วง 4-5 เดือนที่แล้ว (มิ.ย. – พ.ย. 63) กำลังดำเนินไปด้วยดี มีเจ้าภาพจ้างงานแสดงมาประมาณเดือนละ 2 งาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 40,000 บ. แต่ก็ต้องหยุดชะงักเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

“โควิดมาระบาดอีก เจ้าภาพก็ยกเลิกงานหมด ตอนนั้นก็แย่มากเลย ไม่มีรายได้ อาศัยรายได้จากภรรยาขายน้ำหน้าโรงเรียน” (วิกรมพลี, สนทนาทางโทรศัพท์, 16 มกราคม 2564)

ดนตรีไทยบ้านศรีเกตุเคยได้รับรางวัลศิลปินดีเด่นด้านศิลปะการแสดงปีพหุสมัยของจังหวัดสมุทรปราการ ประจำปี 2551 ก่อตั้งมาได้ 3 รุ่น เป็นระยะเวลากว่า 72 ปี โดยมีนายแท่ง ศรีเกตุ ผู้เป็นบิดาของนายเสริม (ปู) ศรีเกตุ เป็นผู้เริ่มก่อตั้งวงปีพหุสมัยตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ต่อมา นายเสริม ศรีเกตุ ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ทางด้านดนตรีไทยให้กับบุตรหลานและศิษย์ ได้เสียชีวิตเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ.2552 นายชินัฐ ศรีเกตุ บุตรคนที่ 9 ได้เข้ามาดูแลวงปีพหุสมัยและยังสานต่อเจตนารมณ์ของบิดาจนถึงปัจจุบัน ปี 2564

“ปัญหาที่ผ่านมา ธุรกิจดนตรีไทยมีคู่แข่งเยอะหลายคณะ มีการตัดราคากันเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ บางทีรับค่าจ้างต่ำมากก็แบกรับค่าใช้จ่ายไม่ไหว ส่งผลกระทบต่อการสร้างมาตรฐานคณะดนตรีไทย อีกอย่างที่ย่ำแย่มากช่วงนี้ โควิดกลับมาระบาดอีกครั้ง โดนยกเลิกงานเกือบหมด งานฟรีงานช่วยผมก็ไปนะ แต่แบบนี้ไม่ดีเลย”

(ชินัฐ ศรีเกตุ, สนทนาทางโทรศัพท์, 16 มกราคม 2564)

สถานการณ์การจ้างงานก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

“โดยปกติจะมีการจ้างงาน 4 งาน ต่อ 1 เดือน รายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ 80,000 บ. ส่วนใหญ่จะเป็นงานแสดงในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เป็นงานจอง ส่วนงานจอก็จะมีบ้างเป็นครั้งคราว แสดงในงานศพเป็นส่วนใหญ่และงานบวช แพ็กเกจการแสดงดนตรีไทย แบ่งออกเป็น 3 ชุด ได้แก่ ชุดเล็ก (ห้องมอญวงใหญ่ 3 โค้ง) ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ 12,000 บ. นอกพื้นที่ 15,000 บ. ชุดกลาง (ห้องมอญวงใหญ่ 5 โค้ง) ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ 20,000 บ. นอกพื้นที่ 25,000 บ. ชุดใหญ่ (ห้องมอญวงใหญ่ 9 โค้ง) ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ 30,000 บ. นอกพื้นที่ 35,000 บ. รูปแบบการแสดงดนตรีไทย

งานบวชจะทั้งแบบไทย และแบบประยุกต์ สไตล์คอนเสิร์ต มีวงดนตรี มีรฆแห่ สมาชิกภายในคณะจะมีจำนวน 10 คน ถ้ามีการจ้างชุดใหญ่จะต้องหามาเสริมจากคณะอื่น (ชนิษฐ ศรีเกตุ, สนทนาทางโทรศัพท์, 30 มกราคม 2564)

กลองยาวคณะปัญญาดีศิลป์ นำโดยนายประหยัด กลิ่นพวงเป็นประธานคณะ มีหลานเป็นผู้สืบทอดรับงานการแสดงกลองยาวมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี เอกลักษณ์คือมีเพลงพื้นบ้านจำนวนมากกว่า 20 บทเพลง และมีเพลงที่รวบรวมมาจากหลายหลายแห่ง ส่วนใหญ่ออกแสดงในงานแต่งงาน งานบวชนาค หรืองานประเพณี อาทิ งานหล่อเทียนพรรษาและแห่เทียนพรรษา เป็นต้น สร้างความครึกครื้นต่อผู้ที่มาเข้าร่วมในงาน ประหยัด กลิ่นพวง และกฤตฤณ ช้างทองคำ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับภาวะการจ้างงานและการจัดการคณะ ความว่า

“การแสดงกลองยาว 1 งานจะใช้ผู้แสดงประมาณ 12 คน ได้แก่ ฉิ่ง ฉาบ กรับ โหม่ง กลอง 7 ลูก ฉาบเล็ก เมื่อ โดยเฉลี่ย 1 เดือน มีผู้ว่าจ้างประมาณ 2 – 3 งาน ค่าจ้างโดยเฉลี่ยต่อ 1 งานประมาณ 3,500 บาท ถ้าเอารถไปเองจะคิดค่าจ้างที่ 4,000 บ. โดยเมื่อได้รับค่าจ้างจะเอามาแบ่งเฉลี่ยเท่ากันทุกคนโดยไม่มีหัวหน้าไม่มีลูกน้อง ดำเนินการในลักษณะของการมาสนุกสนานร่วมกันรวมพลคนชอบเสียงกลองยาว” (ประหยัด กลิ่นพวง, สนทนาทางโทรศัพท์, 16 มกราคม 2564)

“แต่ก็มีปัญหาคือ เสื้อผ้าเก่าไม่สวยงาม สวมใส่ไม่เหมือนกัน ขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ขาดแคลนงบประมาณ และไม่คอยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง” (กฤตฤณ ช้างทองคำ, สนทนาทางโทรศัพท์, 16 มกราคม 2564)

สถานการณ์การจ้างงานก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

“เฉลี่ย 1 เดือน มีงานแสดงทุกอาทิตย์ ก็ประมาณ 4 งานต่อเดือน รายได้โดยเฉลี่ยประมาณเดือนละ 14,000 บ.” (กฤตฤณ ช้างทองคำ, สนทนาทางโทรศัพท์, 30 มกราคม 2564)

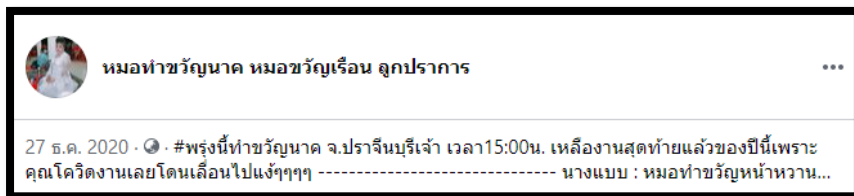
หมอขวัญเรือน ลูกปรากการ ได้รับถ่ายทอดความรู้พิธีทำขวัญนาคเมื่อพ.ศ 2529 จากอาจารย์ขาบ เนตรสุวรรณ และมาศึกษาเพิ่มเติมกับหมอประสิทธิ์ ลูกคลองตันไทร และหมอสุรพงษ์ เสียงทอง และรับจ้างแสดงในงานทำขวัญนาค ขวัญเทพ ขวัญโกนจุก และขวัญกฐิน การทำขวัญนาคเป็นภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้านมาผนวกกับศิลปะการแห่ลั่นร้องบททำขวัญนาค ผสมผสานกับเทคนิคที่หลากหลายอันเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง จึงทำให้บททำขวัญนาคที่นำเสนอออกมามีเสียงที่ไพเราะ ฟังแล้วเกิดความซาบซึ้งใจ ทำให้ผู้ฟังโดยเฉพาะนาคได้รับความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมการทำขวัญนาค และเกิดความเข้าใจในเนื้อหาของบททำขวัญนาคที่มีหลักธรรมสอดแทรกสถานการณ์การรับงานทำขวัญนาคปัจจุบัน

ขวัญเรือน เกตุขวง ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานการณ์การจ้างงานช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด ความว่า

“โดยส่วนใหญ่จะรับค่าจ้างหมอขวัญ 2 คน ที่งบประมาณคู่ละ 8,000 บาท หรือ 3 คน งบประมาณ 12,000 บาท แต่ช่วงนี้แย่มาก ๆ มีโควิดระบาดเจ้าภาพยกเลิกงานหมดเลย จะกลับมาดีหน่อย มาระบาดอีกครั้งยิ่งแย่ไปใหญ่ อยากให้ช่วยทำการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ให้หน่อย แพนคลับเมื่อยากชม แต่แม้ก็ทำไลฟ์สดไม่เป็น” (ขวัญเรือน เกตุขวง, สนทนาทางโทรศัพท์, 16 มกราคม 2564)

สถานการณ์การจ้างงานก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

“การจ้างงานเฉลี่ยแล้วต่อ 1 เดือน มีงานประมาณ 3 - 4 งาน รายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ 32,000” (ขวัญเรือน เกตุขวง, สนทนาทางโทรศัพท์, 30 มกราคม 2564)



ภาพที่ 3 ข้อความทางเฟซบุ๊กของหมอทำขวัญนาคขวัญเรือนลูกปรากรที่ถูกเลื่อนจ้างงานในสถานการณ์โควิด

สรุปได้ว่า ปัญหาหลัก คือ สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ทำให้หลายพื้นที่ไม่สามารถทำการแสดงได้ เจ้าภาพจ้างเลื่อนหรือยกเลิกการจัดงานแบบไม่มีกำหนด ปัญหารอง คือ ขาดการสื่อสารการตลาด ความนิยมชมการแสดงพื้นบ้านที่ลดลง คนหันไปเสพสื่อใหม่ และเน้นการชมออนไลน์เพิ่มขึ้น และไม่ค่อยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดจนการตัดราคาของคู่แข่ง

สถานการณ์การจ้างงานการแสดงช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉลี่ย 4 งาน ต่อเดือน รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 1 แสดงสถานการณ์การจ้างงานการแสดงช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

รายชื่อผู้ประกอบการ ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน	การจ้างงาน ต่อ 1 เดือน	รายได้โดยเฉลี่ย ต่อเดือน	จำนวนสมาชิก ภายในคณะต่อการ แสดง 1 งาน
โขนสดเด็กคณะครูวิจิตรศิลป์	2 งาน	40,000 บ.	20 - 22 คน
ดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ	4 งาน	80,000 บ.	10 - 15 คน
กลองยาวคณะปัญญาธิศิลป์	4 งาน	14,000 บ.	12 - 15 คน
หมอทำขวัญนาค หมอขวัญเรือน ลูกปรากร	4 งาน	32,000 บ.	2 - 3 คน

เมื่อมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกรอบที่ระบาดหนักและรุนแรง ทำให้หลายพื้นที่ไม่สามารถทำการแสดงได้ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทางเจ้าภาพต้องจ้างเลื่อนและยกเลิกการจัดงานออกไปแบบไม่มีกำหนด ผู้ประกอบการวัฒนธรรมด้านการแสดงส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ช่วยทำการตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงในปัจจุบันผู้ชมนิยมชมทางไลฟ์สด ผู้ชมไม่อาจมาชมการแสดงในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในวิกฤติจึงเป็นโอกาสในการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ โดยผสมผสานรูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) และในสถานที่จริง (On ground)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางและสร้างสรรค์การจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชาวตำบลศิระจรเข้ใหญ่

ผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมเวทีประชาคมเพื่อการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมและชุมชน จำนวน 2 ครั้ง

ผลการวิจัย พบว่า มี 11 แนวทางและ 5 ขั้นตอน ในการสร้างสรรค์การจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ตำบลศีร์ษะจรเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ รายละเอียดดังต่อไปนี้

การสร้างสรรค์งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ดำเนินงานภายใต้กรอบการวิจัย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์-โดยใคร (Who) ขั้นที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษ-พูดสื่อสารอะไร (Says What) ขั้นที่ 3 การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ-โดยวิธีและช่องทางใด (In Which Channel) ขั้นตอนที่ 4 กลุ่มผู้ชม-ไปยังใคร (To Whom) ขั้นที่ 5 การประเมินผล-ผลเป็นอย่างไร (With What Effect) ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์ - โดยใคร (Who)

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดร่วมกับเครือข่ายฯ มองศิลปะการแสดงพื้นบ้านเป็น “Niche Market” เป็นการขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่ม การจัดงานเทศกาลผ่านช่องทาง “Platform” ทั้งในโลกจริง (On ground) และโลกเสมือนจริง (Online) เพื่อเชื่อมและสื่อสารกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุและกลุ่มคนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลที่ชื่นชอบศิลปะการแสดงพื้นบ้าน โดยออกแบบเพื่อรักษาและนำเสนออัตลักษณ์ “Identity” ของศิลปะการแสดงพื้นบ้าน “Product” และขับเคลื่อนให้ชุมชน ผู้ชม หัวหน้าคณะและคนในคณะเกิดความภาคภูมิใจ “Self Esteem” ในสิ่งที่ เป็น ให้ปรากฏเห็นสู่สายตา

ขั้นที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษ - พูดสื่อสารอะไร (Says What)

- ทีมสื่อสารองค์กร ดำเนินการ เขียนสคริปต์ พิธีกร สื่อมวลชน งานแถลงข่าว งานพิธีเปิด งานจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ผู้ช่วยวิทยากรฝึกอบรม การถ่ายทอดสด (Live Stream) ติดตั้งป้ายสแตนด์ ออกแบบและจัดทำภาพประกอบชื่องานและโลโก้ของเครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมจัดงานหรือข้อความด้านล่างภาพเคลื่อนไหว (Lower Third) จัดเตรียมอุปกรณ์การถ่ายทอดสด อาทิ กล้อง ไมค์กันสั่น โน้ตบุ๊กไมค์ไร้สาย จอมอนิเตอร์ ตลอดจนการจัดทำสคริปต์พิธีกร
- ทีมศูนย์วัฒนธรรม ดำเนินการ จัดตกแต่งเวที ชุมนิทรรศการ และเป็นพิธีกรช่วงเสนา
- ทีมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ดำเนินการ จัดสถานที่ ต้อนรับ ลงทะเบียน ประสานงานเวที ประชาสัมพันธ์งานผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์
- เครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมประชุมให้ความคิดเห็นการจัดงาน
- นักวิจัย ดำเนินการ วางแผน ออกแบบ ประชุม ประสานงานระบบแสงสีเสียง ภาพรวมทั้งงาน ตลอดจนทำจดหมายอนุญาตการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงฯ จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ
- การดำเนินการผลิตและติดตั้ง ใช้ระยะเวลา 1 อาทิตย์ก่อนเริ่มงาน และรื้อถอนหลังเสร็จสิ้นงาน 1 วัน

ผู้ศึกษาได้เชิญสื่อมวลชนท้องถิ่นประจำจังหวัดสมุทรปราการและฉะเชิงเทรา เพื่อมาทำข่าวพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) และการแถลงข่าวการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศีร์ษะจรเข้ใหญ่ โดยกำหนดจัดงานแถลงข่าว ในวันที่ 4 ก.พ. 65 ก่อนวันจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ประมาณ 2 อาทิตย์ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างกระแสการบอกต่อ โดยมีสื่อมวลชนนำเสนอข่าว ได้แก่ เพจสาคร เคเบิลทีวี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา (คลิปวิดีโอข่าว) เพจนิวส์รีพอร์ตทูเดย์ เพจข่าวสมุทรปราการ ทูเดย์ ออนไลน์ เพจ News TIME TODAY เพจ TCNN Networks เพจกลุ่มอ่านข่าวทันเหตุการณ์ และเพจกลุ่มนวัตสัมพันธ์

ขั้นที่ 3 การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ - โดยวิธีและช่องทางใด (In Which Channel)

การจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ระหว่างวันที่ 18 – 20 ก.พ. 65 เป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) ผสมผสานกับการจัดในสถานที่จริง (On ground) ตามมาตรการรักษาความปลอดภัยในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ณ วัดजरเข้ใหญ่ และโรงเรียนวัดजरเข้ใหญ่



ภาพที่ 4 ภาศิเครือข่ายถ่ายภาพหมู่ร่วมกับคณะโขนสกลัดครุวิกรมพลี

ขั้นตอนที่ 4 กลุ่มผู้ชม - ไปยังใคร (To Whom)

สื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายผู้สูงวัยและกลุ่มคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลที่ชื่นชอบศิลปะการแสดงพื้นบ้าน รับชมผ่านการไลฟ์สดทางเพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ จากนั้นเพจวัดजरเข้ใหญ่ เพจสุขไม่จางที่บางเสาธงช่วยกันแชร์ เพื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ชมเกิดการชมสูงสุดถึง 2 พันครั้ง และแชร์สูงสุดคือ 45 ครั้ง ต่อวัน

สำหรับกลุ่มผู้ชมในสถานที่จริง โดยในวันงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ พบว่า กลุ่มผู้ชมในสถานที่จริง อาทิ คณะทำงานความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ รวมถึงผู้มาเที่ยวงานเทศกาลฯ โดยผู้เข้าร่วมงานแต่งกายด้วยผ้าไทยหรือผ้าของท้องถิ่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผล - ผลเป็นอย่างไร (With What Effect) รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 2 แสดงผลการสร้างสรรค์งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ

ลำดับที่	แนวทาง	ผลการสร้างสรรค์
1	ชูอัตลักษณ์จากรากเหง้า ทำให้โดดเด่น	- คณะหม่อมทำขวัญนาควัฒนเรือนลูกปรางกร พัฒนาบทขับร้องใหม่ เรื่องของดีบางเสาธง ร่วมกับการสร้างสรรค์ดนตรีไทย ประกอบการขับร้องโดยคณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ เป็นการจับมือกันทางธุรกิจ (Collaboration Folk Performing Arts) - คณะกลองยาวบุญญิตศิลป์สร้างสรรค์การแสดงร่วมกับนักเรียนโรงเรียนวัดจรเข้ใหญ่ - คณะโขนสดเด็กครูวิภิมพลี แสดงโขนสดเรื่อง รามเกียรติ์ ตอนยกรบร่วมกับคณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ
2	จัดหมวดหมู่กิจกรรม และพื้นที่/นิทรรศการ	- เสวนา (Talk) - การแสดงพื้นบ้าน (Showcase) - นิทรรศการ (Exhibition) - ฝึกอบรม (Workshop)
3	มีกิจกรรมการเรียนรู้/ การฝึกอบรม/เสวนา	- การเสวนา เรื่อง อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดศิลปะการแสดงพื้นบ้าน  ภาพที่ 5 การเสวนา - การจัดทำคลิปวิดีโอสื่อการสอนองค์ความรู้พื้นฐานทักษะเบื้องต้น การแสดงพื้นบ้าน ได้แก่ การขับร้องเพลงแหล่เบื้องต้น การแสดงโขนสดเบื้องต้น การตีกองยาวเบื้องต้น และการตีระนาดเบื้องต้น
4	สร้างแพลตฟอร์มเพื่อ ช่วยศิลปิน	- คณะกลองยาวบุญญิตศิลป์ สร้างเพจขึ้นใหม่ รวมถึงพัฒนาการถ่ายรูปคมชัด การเขียนคอนเทนต์ทางเฟซบุ๊ก และการไลฟ์สด - คณะโขนสดเด็กครูวิภิมพลี มีเพจอยู่แล้วจากโครงการวิจัยระยะที่ 1 โดยในระยะที่ 2 ได้พัฒนาเพจโดยใช้เทคนิคไลฟ์สดและคลิปวิดีโอ - คณะหม่อมทำขวัญนาควัฒนเรือนลูกปรางกร สร้างเพจขึ้นใหม่ เนื่องจากใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว พัฒนาการถ่ายรูปคมชัดและการเขียนคอนเทนต์ - คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ เนื่องจากมีหลายเพจ จึงกำหนดการพัฒนาการจัดการเพจหลัก โดยการถ่ายรูปคมชัด การเขียนคอนเทนต์ และการไลฟ์สด

ตารางที่ 2 แสดงผลการสร้างสรรค์งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ (ต่อ)

ลำดับที่	แนวทาง	ผลการสร้างสรรค์
5	สร้างจุดเน้น นำสายตา ภายในงาน	จัดจุดเช็คอินถ่ายรูปกับบ้านแสนดีจะเข้หัวใหญ่ (ให้สอดคล้องกับชื่อ ต.ศิระจรเข้ใหญ่) สื่อถึงคณะกรรมการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ ได้แก่ ตัวที่ 1 จะเข้ตีกลองยาว สื่อถึงการแสดงกลองยาวคณะบุญฤทธิศิลป์ ตัวที่ 2 จะเข้สวมเศียรหนุมาน สื่อการแสดงโขนสดเด็กคณะครูวิกรมพลี ตัวที่ 3 จะเข้สวมชุดชาวถือน้โมโครโฟนเพิ่มขนาตา สื่อถึงการแสดง หมอทำขวัญนาค หมอขวัญเรือนลูกปรางการ ตัวที่ 4 จะเข้ตีระนาด สื่อถึงการแสดงดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ
6	สร้างโครงเรื่องให้น่า ติดตามตั้งแต่ต้นจนจบ	- วันแรก วันศุกร์ที่ 18 ก.พ. 65 เปิดการแสดงด้วยการขับร้องเพลงแหล่ และการแสดงโขนสด เพื่อสร้างกระแส จำนวน 2 ชุด ได้แก่ การขับร้อง เพลงฉ่อยเพลงแหล่ ตอน ของดีบางเสาธง โดยคณะหมอทำขวัญนาคขวัญ เรือนลูกปรางการ ร่วมกับคณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ และการแสดงโขนสด เรื่องรามเกียรติ์ ตอนยกรบ โดย คณะโขนสดเด็กครูวิกรมพลี  ภาพที่ 6 การขับร้องเพลงแหล่ร่วมกับดนตรีไทย - วันที่สอง วันเสาร์ที่ 19 ก.พ. 65 ชมการแสดงไฮไลท์ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ การแสดงกลองยาว โดยคณะกลองยาวบุญฤทธิศิลป์ร่วมกับนักเรียน รร. วัดจรเข้ใหญ่ และการแสดงดนตรีไทยวงใหญ่ในบทเพลงลูกทุ่งสุดฮิตโดย คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ  ภาพที่ 7 คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ

ตารางที่ 2 แสดงผลการสร้างสรรค์งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ (ต่อ)

ลำดับที่	แนวทาง	ผลการสร้างสรรค์
		- วันสุดท้าย วันอาทิตย์ที่ 20 ก.พ. 65 ชมการแสดงปิดท้ายด้วยการแสดงมินิ แสงสีเสียง เรื่อง ตามรอยศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ตำนานศิระจรเข้ใหญ่ โดยนักแสดงคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวฯ
7	หยิบเรื่องราวของชีวิตนักแสดงมาเล่ามาบอก	นิทรรศการ เรื่อง “บ่อ ปลา นา สวน และการแสดง” ประวัติความเป็นมา ต.ศิระจรเข้ใหญ่และศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ตลอดจนการเสวนาที่มีเนื้อหาถ่วงถึงชีวิตของนักแสดงในคณะ
8	เชิญผู้เชี่ยวชาญ/ศิลปินมาร่วมพูดคุย/ทำกิจกรรม	การเสวนา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ คือ นางสาวสมณฑา เจริญศิลป์ วัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ และหัวหน้าคณะกรรมการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ ได้แก่ คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ คณะโขนสดเด็กครูวิกรมพลี คณะกลองยาวบุญยัติศิลป์ และคณะหมอทำขวัญนาควัฒนเรือนลูกปรการ
9	จัดไลฟ์สดแบบออนไลน์/มีช่องทางเพื่อนำเสนอให้เหมาะสมกับสถานการณ์และพื้นที่	การไลฟ์สดผ่านเพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ จากนั้นเพจวัดจรเข้ใหญ่ เพจสุขไม่จางที่บางเสาธงช่วยกันแชร์ เพื่อไปยังกลุ่มผู้ชมผู้สูงอายุและวัยทำงานที่ชื่นชอบศิลปะการแสดงพื้นบ้านในจังหวัดสมุทรปราการ ตามมาตรการรักษาความปลอดภัยในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19
10	มีพ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขาย และร่วมทำบุญ	สินค้าจากชุมผลิตภัณฑงานวิจัย อาทิ ขนมสายบัว ปลาข้าวทรงเครื่อง ปลาข้าวผัดสามรส ขนมเปียกปูนลาวา เป็นต้น และร้านค้าจากคณะกรรมการวัดจัดหามาประมาณ 100 ร้าน
11	ชุมชนเป็นเจ้าของ เทศกาล/หน่วยงานต่างๆ เป็นส่วนสนับสนุน	ภาคีเครือข่ายร่วมจัดงานจากส่วนต่าง ๆ ทั้ง ภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือจัดงานเทศกาลฯ ได้แก่ - วัดจรเข้ใหญ่ และวัดศรีวรารีน้อย ให้พื้นที่และสถานที่จัดแสดง - โรงเรียนวัดจรเข้ใหญ่ ให้พื้นที่และสถานที่จัดแสดง - องค์การบริหารส่วนตำบลศิระจรเข้ใหญ่ ร่วมจัดงาน - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ร่วมจัดงานประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนงบประมาณจัดงานเทศกาลฯ - สภาวัฒนธรรมอำเภอบางเสาธง และ ต.ศิระจรเข้ใหญ่ ร่วมจัดงาน - บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สนับสนุนน้ำดื่มและสนับสนุนงบประมาณจัดงานเทศกาลฯ - บริษัท ไทยยามาฮ่า มอเตอร์ จำกัด สนับสนุนงบประมาณ - สมาคมการค้าพัฒนาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ ร่วมจัดงาน - ชุมชน ศิลปะการแสดง ศิลปินพื้นบ้าน 4 คณะ ร่วมจัดงาน - มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผลิตองค์ความรู้/ทีมงานอีเว้นท์

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามความคิดเห็นและการประเมินผลการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 22 คน ได้แก่ ผู้เที่ยวชม จำนวน 3 คน คณะกรรมการวัด จำนวน 2 คน ผู้จัดการร้านค้า จำนวน 1 คน หัวหน้าคณะศิลปะการแสดงพื้นบ้าน จำนวน 4 คน ภาครัฐ จำนวน 5 คน ภาคเอกชน จำนวน 2 คน ภาคประชาสังคม จำนวน 2 คน พระสงฆ์ จำนวน 1 รูป ร้านค้าจำนวน 2 คน พบว่าการจัดการในภาพรวม : การจัดงานในสถานที่จริงช่วยให้กลุ่มที่ไม่เล่นออนไลน์มาเที่ยวงานวัด ส่วนการออนไลน์ก็ช่วยให้คนที่ไม่สะดวกเดินทางมาดูได้ชมออนไลน์ได้ การจัดงานเทศกาลฯ ช่วยกระตุ้นการจ้างงานการแสดงให้มากขึ้น คนในชุมชนได้เข้าร่วมในกิจกรรมครั้งนี้ ทำให้ได้รู้ว่ามีกิจกรรมดี ๆ เพราะบางคนไม่เคยรู้เลยว่าในสวนนี้มีกิจกรรมดี ๆ แบบนี้ ร้านค้าเกือบ 100 ร้าน มีบางร้านขายไม่ดี แต่ส่วนใหญ่ขายดีเกือบทุกร้าน โดยเฉพาะร้านขายของกิน

ผลการแสดงความคิดเห็นทางเพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการของผู้ชมงานเทศกาลฯ ได้รับประสบการณ์ เกิดการบอกต่อ สร้างกระแส แชร์ ภาพลักษณ์เชิงบวก สรุปความได้ว่า ผู้ชมชอบศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เป็นกิจกรรมที่ดี เป็นการจัดงานที่ดีมาก ถ้าแต่ละจังหวัดจัดได้ในงานปีของวัดต่าง ๆ ในจังหวัดจะดีมาก ศิลปะท้องถิ่นจะได้มีงานมีรายได้ พร้อมสนับสนุน แม้เป็นจุดเริ่มต้นจัดงานครั้งแรก ๆ ถือว่าดี สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ร่วมงานเทศกาลฯ

จำนวนผู้เข้าร่วมชมงาน (Participant) ออนไลน์ เพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ

- จำนวนผู้ชมไลฟ์สด วันที่ 18 ก.พ. 65 กดไลค์ 46 ดู 2 พันครั้ง ความคิดเห็น 21 รายการ แชร์ 45 ครั้ง คนที่เข้าถึง 4.3 พัน
- จำนวนผู้ชมไลฟ์สด วันที่ 19 ก.พ. 65 กดไลค์ 17 ดู 506 ครั้ง ความคิดเห็น 2 รายการ แชร์ 13 ครั้ง คนที่เข้าถึง 1.4 พัน
- จำนวนผู้ชมไลฟ์สด วันที่ 20 ก.พ. 65 กดไลค์ 15 ดู 375 ครั้ง ความคิดเห็น 1 รายการ แชร์ 13 ครั้ง คนที่เข้าถึง 904

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจัดเก็บข้อมูลการจ้างงานคณะศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ ภายหลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ จำนวน 3 เดือน ระหว่าง มี.ค. - พ.ค. 65 บันทึกข้อมูลลงแบบฟอร์มรวบรวมการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI) คำนวณด้วยโปรแกรม Microsoft Excel

ผลการศึกษา พบว่า การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของคณะศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ แสดงผลการคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน (ต่อปี) รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 3 แสดงผลการคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน (ต่อปี)

คณะการแสดงพื้นบ้าน	การจ้างงานเฉลี่ยเดือนละ	ต้นทุนรวมเฉลี่ย (ต่อปี)	รายได้รวมเฉลี่ย (ต่อปี)	กำไร/ขาดทุน (ต่อปี)	ROI* (%)
โขนสวดเด็กครูวิจิตรศิลป์	3 งาน ๆ ละ 20,000 บ.	550,800 บ.	720,000 บ.	169,200 บ.	31
กลองยาวบุญญิตติศิลป์	6 งาน ๆ ละ 4,000 บ.	216,000 บ.	288,000 บ.	72,000 บ.	33
หมอขวัญเรือนลูกปรการ	7 งาน ๆ ละ 8,000 บ.	336,000 บ.	672,000 บ.	336,000 บ.	100
ดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ	6 งาน ๆ ละ 20,000 บ.	792,000 บ.	1,440,000 บ.	684,000 บ.	82

หมายเหตุ * (กำไร ÷ ต้นทุน) × 100 = ROI %

ตารางที่ 3 แสดงผลการคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน (ต่อปี) ของผู้ประกอบการศิลปะการแสดง พื้นที่บ้านทั้ง 4 คณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- คณะโชนสเด็กครุวิกรมพลี หลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้าน การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน ROI = 31 % แสดงให้เห็นว่า การลงทุนจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้านฯ

ให้ผลตอบแทนหรือรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 720,000 บ.

- คณะกลองยาวบุญญาศิลป์ หลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้าน การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน ROI = 33 % แสดงให้เห็นว่า การลงทุนจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้านฯ ให้ผลตอบแทนหรือรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 288,000 บ.

- คณะหม่อมราชวงศ์วิบูลย์เรือนลูกปรการ หลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้าน การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน ROI = 100 % แสดงให้เห็นว่า การลงทุนจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้านฯ ให้ผลตอบแทนหรือรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 672,000 บ.

- คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ หลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้าน การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน ROI = 82 % แสดงให้เห็นว่า การลงทุนจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นที่บ้านฯ ให้ผลตอบแทนหรือรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 1,440,000 บ.

การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ผู้วิจัยวิเคราะห์ทฤษฎีความเปลี่ยนแปลงด้วยการสร้างแผนที่ผลลัพธ์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ปัจจัยนำเข้า) กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่ม รายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 8 แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)

จากภาพที่ 8 พบว่า โครงการวิจัยมีผลลัพธ์ทางสังคม 5 ประเด็น ได้แก่ เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อเครือข่ายฯ ในการส่งเสริม สืบสาน และเผยแพร่งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของบุคลากรในหน่วยงานทำให้มีความตั้งใจในการทำงานเพื่อส่วนรวมมากขึ้น นักวิจัยเกิดความเชี่ยวชาญในการทำวิจัยและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน อิ่มเอมในใจที่ได้ช่วยเหลือต่อยอดศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ทีมงานเกิดรายได้ระหว่างเรียนและทำงาน จากการร่วมมือจัดงานเทศกาลฯ ผู้ชมเกิดความรู้สึกคุ้มค่าในการรับชมเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ เนื่องด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกไปรับชมในสถานที่จริงลดลง

ผู้วิจัยนำผลลัพธ์ประเด็นแรก คือ เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นจากผู้ชมงานเทศกาลฯ ติดต่ोज้างการแสดงผล ให้หัวหน้าคณะและบุคลากรในคณะทั้ง 4 คณะ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนรายได้ที่เพิ่มขึ้น มาคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิและประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนต่อไป ส่วนประเด็นที่ 2 – 5 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดทางสังคมไม่ได้ทำการประเมิน (เนื่องด้วย ผลลัพธ์ทางสังคมทั้ง 4 ประเด็น จัดเป็นปัจจัยนำเข้าและไม่มีข้อมูลที่แสดงความแตกต่างของกิจกรรมที่ชัดเจน) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัด (Indicator)	ตัวแทน ทางการเงิน (Financial Proxy)	Dead Weight (%)	Attribu tion (%)	Displace ment (%)	Drop off (%)	มูลค่า ผลลัพธ์รวม (บาท) (ปีที่ 1 – 3)	มูลค่าปัจจุบัน (ของ ผลประโยชน์) สุทธิ (บาท) (NPV)
เกิดการ จ้างงาน เพิ่ม มากขึ้น	จำนวน รายได้ที่ เพิ่มขึ้น (53 คน X 60 งานต่อปี = 3,180 X 1,000 บ.)	ค่าจ้างการ แสดงโดย เฉลี่ยทั้ง 4 คณะ รายได้รวม เฉลี่ยต่อปี 3,180,000 บ.	30	60	0	0	4,006,800	3,741,866.35

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลผลลัพธ์มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิที่เกิดจากการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ โดยการคำนวณจากผลลัพธ์ด้วยตัวแทนทางการเงิน ในการคำนวณเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่กล่าวอ้างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานวิจัยเกินจริง จึงทำการปรับค่า (Deadweight) ลบผลที่เกิดขึ้นเอง แม้ไม่มีโครงการหรือไม่มีใครเข้าไปทำอะไรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 30 % คือ ทั้ง 4 คณะมีการจ้างงานช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายนอยู่แล้ว (Attribution) ผลลัพธ์ทั้งหมดเกิดขึ้นจากโครงการ 60 % อีก 40 % เกิดขึ้นจากการจ้างงานของลูกค้าเก่าของผู้ประกอบการ (Displacement) ลบผลลัพธ์ที่ทดแทนมาจากที่อื่น 0 % และ (Drop off) อัตราการลดลงของผลลัพธ์ทางสังคม 0 % จนได้มูลค่าผลลัพธ์รวม 3 ปี โดยงานวิจัยนี้กำหนดให้ปี พ.ศ. 2565 เป็นปีฐาน (ปีที่ 1) และการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) 3.5 %

ผู้วิจัยนำมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์สุทธิ จำนวน 3,741,866.35 บ. ที่ได้จากผลลัพธ์เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น มาประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนโดยทำการคำนวณ SROI ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มูลค่า การลงทุน	มูลค่า ผลประโยชน์ จากการลงทุน	ผลตอบแทน การลงทุน (SROI)
ผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ ได้แก่ 1. คณะโขนสดเด็กครูวิภิมพสี จำนวน 20 คน 2. คณะดนตรีไทยบ้านศรีเกตุ จำนวน 15 คน 3. คณะกลองยาวบุญญาศิลป์ จำนวน 15 คน 4. คณะหมอทำขวัญนาควัฒน์เรือนลูกปรการ จำนวน 3 คน	410,744.71	3,741,866.35	9.11

ตารางที่ 5 ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการลงทุน โครงการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดง ต.ศิระจรเข้ใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 410,744.71 บ. สามารถสร้างมูลค่า ผลประโยชน์จากการลงทุน จำนวน 3,741,866.35 บ. เมื่อนำมาคำนวณการประเมินผลกระทบทางสังคม เปรียบเทียบกับเงินลงทุนดำเนินการ จำนวน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคม $SROI = 9.11$ บ. สรุปได้ว่า โครงการวิจัยการสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจ ฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นโครงการที่นำลงทุน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. นอกเหนือจากปัญหาความนิยมชมการแสดงพื้นบ้านที่ลดลง คนหันไปเสพสื่อใหม่ และเน้นการชมออนไลน์ เพิ่มมากขึ้นแล้ว ปัญหาหลักที่ทุกคณะศิลปะการแสดงพื้นบ้านพบเจอเหมือนกันในช่วงปลายปี 2562 - 2564 คือ สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้การจ้างงานหยุดชะงัก ขาดรายได้ สอดคล้องกับบทความวิชาการ ของคนปรกรณ์ จันทรสมบูรณ์ (2564, น.55-87) เรื่อง เพลงและการแสดงพื้นบ้าน ภาคกลาง : บทบาทและการ นำเสนอที่เกี่ยวข้องกับหัตถ์ภัยโควิด-19 พบว่า ภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นหัตถ์ภัย คุกคามไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยเฉพาะการใช้นโยบาย การเว้นระยะห่าง ระหว่างบุคคล (Social distancing) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค อันส่งผลกระทบต่ออาชีพต่าง ๆ ซึ่งศิลปิน เพลงและการแสดงพื้นบ้านเป็นกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ได้รับผลกระทบนี้ ทำให้ไม่สามารถจัดการแสดงตามปกติได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่ ก็ไม่อาจรอดได้ ไม่รู้ว่าสถานการณ์แพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 จะจบลงเมื่อไหร่ ช่วงเวลาไหนที่สามารถทำอะไรได้ก็ทำเลย เมื่อสถานการณ์เป็นเช่นนี้ คณะการแสดง พื้นบ้าน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และนักวิจัย จึงค้นหาทางออกในวิกฤติร่วมกัน โดยนำเอาเทคนิค การถ่ายทอดสด (Live Steaming) ผ่านการจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ เพื่อให้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สร้างการรับรู้ไปสู่การจ้างงานการแสดงได้อย่างรวดเร็ว

2. แนวทางการสร้างสรรค์การจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ จำนวน 11 แนวทาง ภายใต้กรอบการวิจัย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์-โดยใคร (Who) ขั้นที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษ-พูดสื่อสารอะไร (Says What) ขั้นที่ 3 การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ-โดยวิธีและช่องทางใด (In Which Channel) ขั้นตอนที่ 4 กลุ่มผู้ชม-ไปยังใคร (To Whom) ขั้นที่ 5 การประเมินผล-ผลเป็นอย่างไร (With What Effect) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของจิตรารณ จรัสรัมย์ (2561) ศึกษาเรื่อง ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษา งาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) พบว่า ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมพิเศษ มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการสร้างกิจกรรมพิเศษ ขั้นตอนการบริหารจัดการ และขั้นตอนการประเมินผล โดยการทำงานทุกขั้นตอนต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เพราะเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการกิจกรรมพิเศษ จะเห็นได้ว่า โดยภาพรวมขั้นตอนการสร้างสรรคการจัดงานจะเหมือนกัน แตกต่างกันเพียงการกำหนดกลุ่มผู้ชม ในงานวิจัยครั้งนี้ได้แยกออกมาเป็น 1 ขั้นตอนหลัก เพื่อให้สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารความคิดหลัก (Key Message) ผ่านช่องทางที่เหมาะสมให้เข้าถึงมากขึ้น

ภายในงานมีกิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน (Showcase) การเสวนา (Talk) นิทรรศการ (Exhibition) การฝึกอบรม (Workshop) ในส่วนของการฝึกอบรมนั้น ได้ฝึกอบรมการรำกลองยาวและโขนสดเด็กให้กับนักเรียนโรงเรียนวัดจรเข้มใหญ่ รวมถึงปรับรูปแบบการฝึกอบรมในลักษณะของการจัดทำคลิปวิดีโอองค์ความรู้การแสดงพื้นบ้านเบื้องต้น ได้แก่ การขับร้องเพลงแหล่เบื้องต้น การแสดงโขนสดเบื้องต้น การตีกลองยาวเบื้องต้น และการตีระนาดเบื้องต้น โดยเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ทางเพจและยูทูป เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล (Social distancing) ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิชาการ ของคณปรณ์ จันทรสมบูรณ์ (2564, น.55-87) เรื่อง เพลงและการแสดงพื้นบ้านภาคกลาง : บทบาทและการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับมหันตภัยโควิด-19 พบว่า มีการสร้างสรรค์เพลงและการแสดงพื้นบ้านเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ในรูปแบบวีดิทัศน์ ผ่านเฟซบุ๊ก “เพลงสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดในภาคกลาง” มีผู้สร้างสรรค์เพลงและการแสดงพื้นบ้านภาคกลาง จำนวน 29 คลิป ความพยายามของศิลปินที่แม้จะไม่อาจมี เวทีแสดงที่เป็นกายภาพ แต่ก็ยังสามารถสร้างสรรค์งานสู่สังคมด้วยอุดมการณ์ของศิลปินอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับคำกล่าวของประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ที่กล่าวว่า “อยากให้หาดันตำรับเนื้อหาการแสดง ทำเป็นออกมาเป็นวิชาการออกมาเป็นรูปเล่มเป็นเอกสารที่ปรากฏหรือซีดี คลิปวิดีโอ เพื่อจะนำไปเผยแพร่ลงเฟซบุ๊กหรือไลน์ เป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น” แสดงให้เห็นว่า การบันทึกองค์ความรู้ศิลปะการแสดงพื้นบ้านในรูปแบบคลิปวิดีโอเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นการพลิกวิกฤติเป็นโอกาส ในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อช่วยสร้างการรับรู้ได้เป็นอย่างดี ตอบสนองพฤติกรรมของผู้ชมหรือผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ออกจากบ้านน้อยลงเพราะกลัวโควิด มีเวลาอยู่บ้านมากขึ้น นิยมเสพสื่อผ่านเครือข่ายออนไลน์

การจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ เป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์ ผสมผสานกับการจัดในสถานที่จริง ตามมาตรการรักษาความปลอดภัยในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด เพื่อนำไปสู่เป้าหมายให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการศิลปะการแสดงทั้ง 4 คณะ เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิศิษฐ์ เกตุรัตนกุล, ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี (2562) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเพชบุรีไลฟ์ขายสินค้าแพชชั่นกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมการแพร่ภาพสดที่บ้านผ่านสมาร์ตโฟน มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อข้อมูลส่วนผสมการตลาดที่ได้รับรู้ผ่านเพชบุรีไลฟ์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้สูงวัยและกลุ่มคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลที่ชื่นชอบศิลปะการแสดงพื้นบ้าน รับชมผ่านการไลฟ์สดทางเพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ผู้ชมงานได้รับประสบการณ์ เกิดการบอกต่อ สร้างกระแส แชร์ ภาพลักษณ์เชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิลเบอร์ แชมม (Schramm, 1974, p 19) กล่าวว่า ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจ ผู้ส่งสารอาจจะต้องการสร้างสารเพื่อชักจูงใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องการให้ผู้รับสารได้รับความบันเทิงด้วย จากผลสรุปสถิติการรับชมผ่านทางสื่อออนไลน์เพจสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการมีจำนวนผู้รับชมมากกว่า 3 วินาทีขึ้นไปจำนวนสูงสุดถึง 2 พันครั้งต่อวัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พิร์พงค์ เสนไสย (2562, น. 154-158) กล่าวไว้ในหนังสือ นาฏยพินิจ หมายความว่า ปัจจุบัน เมื่อมี Event ที่ไหน นักการตลาดเจ้าของแบรนด์ต่าง ๆ ก็มักจะเริ่มให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ผ่าน Social media เพราะเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สร้างความสำเร็จของ Event ได้ดี ไม่ว่าจะใช้การดึงคนเข้ามา หรือรายงานความเคลื่อนไหวในงาน หรือแม้แต่ตอบคำถามคนจากทั้งภายในและภายนอกงาน จะเห็นได้ว่า การทำการตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะการไลฟ์สดตอบโต้พฤติกรรมของผู้ชมในยุคปัจจุบัน

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคณะกลองกลองยาวปัญญาศิลป์ที่กล่าวว่า “หลังจากที่มีกิจกรรมเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านขึ้นมา การไลฟ์สดได้ผลตอบรับที่ดีมาก ทางคณะกลองยาวปัญญาศิลป์ มีงานทุกสัปดาห์เลย ทั้งเสาร์-อาทิตย์ จ้างงานแห่ชนหมาก งานแต่ง งานบวช” แสดงให้เห็นถึง การถ่ายทอดสดการแสดงพื้นบ้านออนไลน์สามารถส่งผลให้เกิดการรับรู้สู่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2553) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ หัวข้อ การบริหารจัดการสื่อการแสดงพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย ระบุว่า การสร้างผู้ชมนั้นจะมีส่วนในการดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้านอย่างมาก เพราะผู้ชมมิได้มีบทบาทเพียงแค่การรับชมสื่อเท่านั้น แต่ผู้ชมยังมีบทบาทในการสนับสนุนสื่อการแสดงในหลากหลายรูปแบบ เช่น บริจาคเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทนให้นักแสดง ทำให้นักแสดงสามารถใช้การแสดงเลี้ยงชีพได้

เกิดบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) สานพลังภาคเครือข่ายจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก สรุปความได้ว่า เป็นโครงการที่ดีมาก ได้ร่วมช่วยเหลือชุมชน มีอาชีพ สร้างรายได้ อำเภอบางเสาธงมีของดี มีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่ทรงคุณค่าที่เราต้องอนุรักษ์ไว้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม กล่าวว่า “โดยวิสัยทัศน์ใหม่ของ วธ. คือ วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทนำในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย และปรับเปลี่ยนบทบาทสู่กระทรวงสังคมถึงเศรษฐกิจ วัฒนธรรมทำดี ทำงาน ทำเงิน รวมทั้ง การอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการพัฒนาต่อยอดอัตลักษณ์ไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ศิลปิน ผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมและชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืนตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” (รัฐบาลไทย, 2565)

3. ผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ มีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) หลังจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ มากกว่า 30 % เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี จำนวน 780,000 บ. ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่า การลงทุนจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ให้ผลตอบแทนหรือกำไรที่สูงขึ้น ในส่วนของผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) พบว่า การประเมินผลกระทบทางสังคม เทียบกับเงินลงทุนดำเนินการจำนวน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) = 9.11 บ. สรุปได้ว่า โครงการวิจัย การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นโครงการที่นำลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฎาภูมิ ศรีทน และอุมารินทร์ ตูลารักษ์ (2564, น.156) เรื่อง ทูทางวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวชุมชนที่อธิบายผ่านเรื่องเล่า ตำนาน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในวิถีชีวิตชุมชน พบว่า ทูทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติต่าง ๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมากเป็นแหล่งรายได้ให้กับคนชุมชน

คณะการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ภาวการณ์ขยายเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในการส่งเสริมสืบสาน และเผยแพร่งานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของบุคลากรในหน่วยงานทำให้มีความตั้งใจในการทำงานเพื่อส่วนรวมมากขึ้น นักวิจัยเกิดความเชี่ยวชาญในการทำวิจัยและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน อิ่มเอมในใจที่ได้ช่วยเหลือต่อยอดศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ที่ทีมงานเกิดรายได้ระหว่างเรียนและทำงาน จากการร่วมมือจัดงานเทศกาลฯ ผู้ชมเกิดความรู้สึกคุ้มค่าในการเข้าชมศิลปะการแสดงพื้นบ้านฯ ออนไลน์ ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปชมในสถานที่จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2553, น. 339) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ หัวข้อ การบริหารจัดการสื่อการแสดงพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย ระบุว่าแนวคิดการบริหารจัดการสื่อการแสดงพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วม จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ผู้ได้รับผลประโยชน์จากการบริหารจัดการบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านประเภทการแสดง เน้นอนว่าภาพรวมคนในชุมชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ผลประโยชน์หลักในบางส่วนอาจมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (เอียร์ชัย อิศรเดช, 2548, น.340)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิริชะจรเข้ใหญ่ เป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ศิลปินพื้นบ้าน ครูภูมิปัญญาในตำบลศิริชะจรเข้ใหญ่ นักแสดง เยาวชน หน้าที่รวมตัวกันมาสร้างสรรค์และนำเสนอศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่ตนเองมีความถนัด ทั้งรูปแบบการแสดงและดนตรีในเชิงอนุรักษ์แบบพื้นถิ่น การแสดงวิถีชุมชน ภายในชุมชน ต.ศิริชะจรเข้ใหญ่ โดยมีภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ร่วมกันดำเนินการจัดเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ดังนั้น ในการจัดงานเทศกาลฯ ในโอกาสต่อไป ควรพัฒนาต่อยอดในวงกว้างขึ้น อาทิ เพิ่มความร่วมมือหลากหลายภาคส่วนมากขึ้น บริษัท โรงเรียน วัด ชุมชนในละแวกใกล้เคียงเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกิดการส่งเสริมและสนับสนุนให้ศิลปะการแสดงพื้นบ้านยังคงอยู่ตลอดจน การพัฒนาบริหารจัดการกลุ่มคนหรือสถาบันที่มีส่วนสนับสนุนงานวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

1.2 จากการพัฒนาต่อยอดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ต.ศิระจรเข้ใหญ่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ได้นำการแสดงพื้นบ้านทั้ง 4 คณะ ที่ผู้วิจัยได้เสนอไว้เมื่อปีที่ผ่านมา ให้จัดเป็นหนึ่งในการแสดงในงานนมัสการองค์พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ ระหว่างวันที่ 15 – 26 ตุลาคม 2565 พร้อมจัดสรรงบประมาณสนับสนุน แสดงให้เห็นว่า สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการที่มีภาระกิจหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการให้ได้รับการอนุรักษ์ พื้นฟู และต่อยอด ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนศิลปะการแสดงพื้นบ้านของ ต.ศิระจรเข้ใหญ่มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชุมชนสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

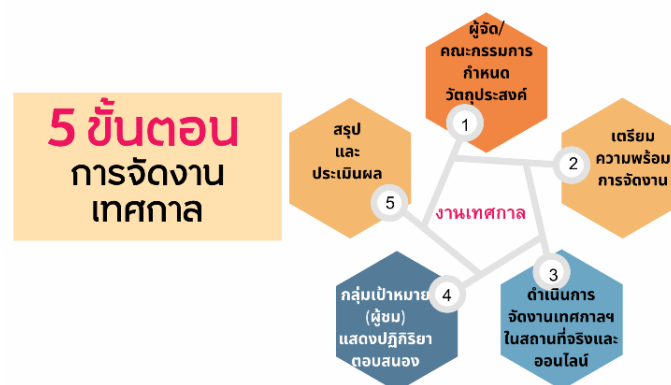
2.1 การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ชมการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เนื่องด้วย เทคนิคการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ มีความจำเป็นอย่างมากต่อการสร้างการรับรู้ เนื่องจากเข้าถึงผู้ชมได้จำนวนมาก และสร้างรายได้ เป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจการค้าให้กับผู้ประกอบการวัฒนธรรม

2.2 การยกระดับงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านนานาชาติ โดยเพิ่มความร่วมมือจากภาคเอกชนมากขึ้น เพิ่มโรงเรียน วัด ชุมชนในละแวกใกล้เคียงที่สนใจเข้าร่วม ตลอดจนการแสดงพื้นบ้านจากต่างประเทศ

2.3 การศึกษากระบวนการสร้างและพัฒนาตลาดผู้ชม หรือการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับศิลปินที่ไม่ใช่เพียงการดูชมกันเพียงอย่างเดียว แต่เป็นลักษณะของการเป็น “แฟนคลับ” หรือ “พอยก แมย์ก” คอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้แก่ศิลปินในเรื่องอื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันสื่อสมัยใหม่นำมาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่มแฟนคลับ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2553, น.261)

องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สร้างองค์ความรู้ คือ กระบวนการสร้างสรรค์การจัดงานเทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้านสามารถประยุกต์ใช้กับการจัดงานเทศกาลอื่น ๆ จำนวน 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ผู้จัดหรือคณะกรรมการกำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนที่ 2 เตรียมความพร้อมการจัดงาน ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการจัดงานเทศกาลในสถานที่จริงและออนไลน์ ขั้นตอนที่ 4 กลุ่มเป้าหมายแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ขั้นตอนที่ 5 สรุปและประเมินผล การจัดงาน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 9 5 ขั้นตอนการจัดงานเทศกาล

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์เทศกาลศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับการสนับสนุนทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) สัญญาทุนเลขที่ A13F640094

เอกสารอ้างอิง

- กรณีศ รัตนามัทธนะ. (2561). *วันงานเทศกาลผ่านมา*. ค้นคืนจาก <https://bit.ly/3bYkfeh>
- กฤตฤณ ช้างทองคำ. (30 มกราคม 2564). สัมภาษณ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2553). *การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- เกรียงไกร กาญจนะโกนิน. (2555). *Event marketing*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- ชนิษฐ ศรีเกตุ. (16 มกราคม 2564). สัมภาษณ์.
- ขวัญเรือน เกตุขวง. (16 มกราคม 2564). สัมภาษณ์.
- คณปรกรณ์ จันทรสมบูรณ์. (2565). เพลงและการแสดงพื้นบ้านภาคกลาง: บทบาทและการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับมหันตภัยโควิด-19. *วารสารช่วงฝน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 56–86.
- จิตรารณ จรัสรัมย์. (2561). *ขั้นตอนการจัดงานอีเวนท์ กรณีศึกษางาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)*. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- เจียรชัย อิศรเดช. (2548). *ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ประหยัด กลิ่นพวง. (16 มกราคม 2564). สัมภาษณ์.
- พีรพงศ์ เสนไสย. (2562). *นฏยพาทย์*. มหาสารคาม: รัตนชัย ก่อปปี เซ็นเตอร์ อาคารบริการกลาง (พลาซ่า) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รัฐบาลไทย. (2565). *วธ.อนุรักษ์สืบสานการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน*. ค้นคืนจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/53161>
- วิกิ มิพลิ. (16 มกราคม 2564). สัมภาษณ์.
- วิศิษฐ์ เกตุรัตนกุล, ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี. (2562). กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ขายสินค้าแฟชั่นกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ มหาวิทยาลัยสยาม*, 18(24), 117-129.
- ไวฑูรย์ โภคาชัยพัฒน์. (2561). *ผลตอบแทนทางสังคม เรื่องนำเสนอใจสู่องค์กรยั่งยืน*. ค้นคืนจาก <https://forbesthailand.com/commentaries/insights/ผลตอบแทนทางสังคม-เรื่อง>
- ศูนย์สื่อสารนานาชาติแห่งจุฬาฯ. (2554). *แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวกัส*. ค้นคืนจาก <http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวกัส>

อัษฎาวุธ ศรีทน และอุมารินทร์ ตูลารักษ์ (2564). ทูทางวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวชุมชนที่อธิบายผ่านเรื่องเล่าตำนาน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในวิถีชีวิตชุมชน. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ* 16 (2), 141-158.

Lasswell, H.D. (1948). The Structure and function of communication in society. In L. Bryson(Ed.), *The communication of ideas* (pp.216). New York: Harper and Brothers.

The Momentum Team. (2563). ศิลปินผุดไอเดียทำ *Social Distancing Festival* ทางออนไลน์หลังจากงานแสดงต่าง ๆ ถูกยกเลิกเพราะโควิด-19. ค้นคืนจาก <https://themomentum.co/social-distancing-festival/>

Schramm, w. (1974). *Nature of Communication between humans in W.* Urbana IL: University of Illinois.