ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
247735

รายงานผลการวิจัย

เรื่อง
เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

COMMUNICATION NETWORK AND DEVELOPMENT : THE CASE STUDY OF AMPAWA FLOATING MARKET, SAMUT SONGKHRAM PROVINCE

โดย
สิญจทิพย์ เพี้ยนภักตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2554

b00252190

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
247735

รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

Communication Network and Development : The Case Study of Ampawa Floating Market, Samut Songkhram Province

โดย

สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2554

ชื่อเรื่อง : เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ผู้วิจัย : สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์ สถาบัน : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีที่พิมพ์ : 2554 สถานที่พิมพ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
แหล่งเก็บรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ : ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวนหน้างานวิจัย 328 หน้า
คำสำคัญ : เครือข่ายการสื่อสาร พัฒนาชุมชน ลิขสิทธิ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

247735

บทคัดย่อ

รายงานวิจัยเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา 2. ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา 3. ศึกษาบทบาทของเครือข่ายการสื่อสารต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 28 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา พบว่า สมาชิกในเครือข่ายประกอบด้วยกลุ่มหลักๆ 8 กลุ่ม คือ แกนนำหลัก นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกประกอบด้วย เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอย ส่วนกลุ่มพันธมิตร ได้แก่ ชมรมโฮมสเตย์ โดยเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา มีองค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย คือ 1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การพึ่งพิงกัน 7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

โดยจุดเริ่มของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของคนในชุมชนซบเซาลงเพราะตลาดน้ำอัมพวาตายมานานกว่า 30 ปี คนในชุมชนบางส่วนไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้ จนเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 แกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ท่านมีความคิดที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับฟื้นคืนชีพอีกครั้ง โดยแกนนำหลักได้มีการจัดประชุมร่วมกับกลุ่มแกนนำ และเปิดเวทีสาธารณะเพื่อรับฟังแนวคิดและความคิดเห็นจากหลายๆ ฝ่าย ซึ่งเป็นจุดเริ่มของการรวมกลุ่มและขยายเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาต่อไป โดยพัฒนาการของเครือข่าย แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ 1. ระยะตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม 2.ระยะขยายเครือข่าย และ 3. ระยะเจริญเติบโต

2. เครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีวิธีการสื่อสารและประเด็นในการสื่อสารเพื่อสร้างและขยายเครือข่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละระยะของพัฒนาการ โดยมีการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้ ระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม การสื่อสารในกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การประชุม การจัดกิจกรรม โทรศัพท์ และการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล ส่วนการสื่อสารระหว่างกลุ่มแกน

247735

นำกับคนในชุมชนมีรูปแบบการสื่อสาร คือ เวทีสาธารณะ การจัดกิจกรรม และการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล โดยมีประเด็นการสื่อสาร คือ 1) ธงของเมือง ระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การประชุม การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชนมีรูปแบบการสื่อสาร คือ การประชุม การจัดกิจกรรมระหว่างสมาชิก การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล และการสร้างต้นแบบที่ดี การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน มีการพูดคุย และการชักชวนคนในชุมชน โดยประเด็นการสื่อสารที่ใช้คือ 1) ตลาดน้ำเป็นของคนอัมพวา 2) ศักยภาพของชุมชน 3) ความเจริญเติบโตของชุมชน 4) ประโยชน์ที่ได้รับ 5) ความรู้สึกรักถิ่นกำเนิด/ความเป็นคนบ้านเดียวกัน ระยะที่ 3 เจริญเติบโต การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำมีรูปแบบการสื่อสาร คือ การประชุม การสื่อสารระหว่างแกนนำหลักและกลุ่มแกนนำกับคนในชุมชน มีรูปแบบการสื่อสาร คือ จดหมาย การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล ประเด็นการสื่อสารที่ใช้ คือ 1) การรักษาสิ่งแวดล้อม 2) คุณภาพของอาหารและราคา 3) กระบวนการจัดการความรู้

นอกจากนั้นพบว่าลักษณะเครือข่ายการสื่อสารเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวามีเครือขายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง แบบวงล้อ โดยมีร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรี เป็นแกนนำหลัก เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนตลาดอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน ชุมชนคลองอัมพวา ชุมชนบางกะพ้อม 2 ชมรมหาบเร่แผงลอยเป็นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก และชมรมโฮมสเตย์ เป็นพันธมิตร

3. บทบาทของเครือข่ายการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชน พบว่าเครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้ 1. ทำให้ทราบและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง 2. ช่วยให้ชุมชนจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น 3. สามารถวางแนวทางการพัฒนาชุมชนได้ถูกต้องและสอดคล้องกับชุมชน 4. ก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน 5. ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาซึ่งการแก้ปัญหาในชุมชน 6. ช่วยสร้างนักประชาสัมพันธ์ของชุมชน 7. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และรวดเร็วแก่สมาชิกทุกกลุ่มในเครือข่าย

Title : Communication Network and Development : The Case Study of Ampawa Floating Market, Samut Songkhram Province
Researcher : Siyathip Pienpak Institution : Dhurakij Pundit University
Year of Publication : 2011 Publisher : Dhurakij Pundit University
Sources : Research Center, Dhurakij Pundit University No. of page : 328 pages
Keyword : Communication Networks and Development Communication
Copy right : Dhurakij Pundit University

Abstract

247735

This research project has three objectives. Firstly, it aims to study the communication network for the development of Ampawa Floating Market. Secondly, it aims to explore the communication patterns for constructing and extending the network for the development of Ampawa Floating Market. And lastly, it aims to analyze the role of the communication network in the development of Ampawa Floating Market. This research project has been conducted with a qualitative method, using in-depth interviews with 28 key informants. The research results are as follows:

1. The communication network for the development of Ampawa Floating Market found that the members of the network for the development of Ampawa Floating Market are comprised of 8 main groups: *the mayor of Amwapa municipal district*, who is the main leader; *municipal district of Ampawa*; *Ampawa Market Community*; *Ampawa Temple Community*; *Ampawa River Community*; *Bangkapom Community 2*; *The Street Commerce Club*, which are also the main leaders and members; and *Home stay Club*, which is an ally of the network. The network is comprised of 7 key factors: common perception, common vision, mutual interests, all stake holders participation, complementary relationship, interdependence and interaction.

The idea of the development of Ampawa Floating Market was initiated by Lieutenant Pacharodom Unsuwan. In February 2001, Lieutenant Pacharodom was appointed as the mayor of Amwapa municipal district. At that time, Ampawa Floating Market had been closed for nearly 30 years. The economy was in a down turn, and people in the community were unemployed and living in difficulty. Lieutenant Pacharodom had an idea to reconstruct the Ampawa Floating Market. He then organized a meeting with the chairpersons of the clubs and communities, and opened the opportunity for comments from the public. This was the beginning of the founding of the network, which later led to the extending of the network for the development of Ampawa Floating Market. The development of the network has three phases. The first phase is the awareness of the problem and the forming of the community; the second phase is the extension of the network; and the last phase is the development of the network.

2. The network for the development of Ampawa Floating Market has exploited different communication methods and messages for extending the network in the different phases, using both formal and informal communication. For the first phase, the awareness of the problem and the forming of the community, the communications among the main leaders were through the use of letters, meetings, activities, telephone communication, and person-to-person communication. The

247735

communication patterns between the leaders and people in the community were public opinion meetings, activities, and person-to-person communication. The key message of the communication at this phase was "The Flag of the Town".

In the second phase, extension of the network, the communications among the main leaders was the use of letters, and through meetings, while the communication patterns between the leaders and people in the community were meetings, activities, person-to-person communication and role model building. The communication patterns among the people in the community were conversation and persuasion. The key messages of the communication at this phase were a sense of belonging of Ampawa Floating Market, communication capacity, community development, community benefit, localism and the love of the community.

During the third phase, the development of the network, the communications among the main leaders was through meetings, while the communication patterns between the leaders and people in the community were letters and person-to-person communication. The key messages of the communication at this phase were community environment, quality and price of food, and knowledge management.

The pattern of the network for the development of Ampawa Floating Market is a Wheel Network, with Lieutenant Pacharodom Unsuwan the mayor of Amwapa municipal district in the middle of the circle, acting as a centre-figure of the network. The other leaders and members are Ampawa Market Community, Ampawa Temple Community, Ampawa River Community, Bangkapom Community 2, and The Street Commerce Club, with The Home stay Club is an ally.

3. The communication network has played 7 roles in the development of Ampawa Floating Market. These are: informing the community and analyzing the needs of the community; helping the community to prioritize the problems; facilitating the plan for the development of the community; initiating cooperation and community involvement; exchanging knowledge for problem solving in the community; creating public relations staffs for the community; building an understanding correctly and rapidly for the members in the network.

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลาในการทำงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยไม่อาจทำงานได้ลุล่วงหรือเสร็จสมบูรณ์ได้ หากปราศจากบุคคลหลายท่านๆ ที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คุณศรีประภาส ศรีธวัช นักพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลอัมพวา ที่ถึงแม้จะป่วยหรือเย็นแค่ไหนก็คอยต้อนรับ และให้ข้อมูลมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ประธานและกรรมการชุมชน ประธานชมรมหาบเร่แผงลอย เลขานุการชมรมโฮมสเตย์ และคนในชุมชนทุกท่าน ที่ต้อนรับผู้วิจัยดุจญาติมิตร ทุกครั้งที่ไปสัมภาษณ์ไม่ว่าจะบ้านใดก็แล้วแต่ ต้องได้รับของฝากกลับมาทุกครั้ง

ขอขอบพระคุณ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ ที่ช่วยชี้แนะการทำวิจัย จนกระทั่งได้งานวิจัยที่ใช้กระดาษเกือบหมดรีม

ขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยเฉพาะ พี่ผักกาด พี่แอ๊ป พี่แอม พี่โอปอล์ โนช แพร นุ้ย หนู ไอซ์ เอ ต่อ ก้อง ที่เป็นมากกว่าพี่และเพื่อน คอยให้กำลังใจในหลายๆ เรื่อง และทำให้รู้ว่าไม่ว่าจะดึกแค่ไหนก็จะมีพี่ๆ เพื่อนๆ นั่งทำวิจัยอยู่เช่นกัน

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ป.โท กุ้ง และ แจ็ค ที่ให้คำปรึกษาทุกครั้งที่งงและสงสัย และทำให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอบคุณ นู๋สาว ที่เป็นทั้งลูกศิษย์และน้องที่น่ารัก คอยดูแล และห่วงใยอยู่เสมอ และลูกศิษย์ทุกคนที่เป็นกำลังใจให้โดยตลอด

และขอขอบคุณด้วยใจสำหรับ พ่อ ที่ปกติไม่ค่อยพูด แต่ถามตลอดว่า “วิจัยเสร็จหรือยัง” แม่ ที่เป็นทุกอย่าง ทั้งให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และนั่งอ่านงานวิจัยรอบสุดท้ายให้แบบวันเดียวจบ และที่สำคัญแม่คอยส่งข้าวส่งน้ำให้ตลอด พี่อ๊อบ ที่ไม่ว่าจะงานยุ่งมากแค่ไหน แต่เมื่อไหร่ที่น้องสาวคนนี้ต้องการกำลังใจแล้ว พี่อ๊อบจะมาอยู่เคียงข้างเสมอ และอ้อ น้องสาวที่บอกว่าจะให้ช่วยพิมพ์อะไรส่งมาเลย แต่เล่มนี้ไม่ทันแล้วอ้อจะไปช่วยในงานวิจัยเล่มหน้า

ซึ่งหากปราศจากบุคคลเหล่านี้ ผู้วิจัยคงไม่มีกำลังใจ และความพยายามที่จะทำให้งานวิจัยเล่มนี้เสร็จอย่างสมบูรณ์ ขอบคุณอีกครั้งด้วยใจจริงค่ะ

สิญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ค
กิตติกรรมประกาศ		จ
สารบัญ		(1)
สารบัญตาราง		(3)
สารบัญรูปภาพ		(4)
บทที่ 1	**บทนำ**	
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	ปัญหานำการวิจัย	6
	นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
	ขอบเขตของการวิจัย	9
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2	**ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	
	แนวคิดเรื่องบทบาทของผู้นำกับการพัฒนา	10
	แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม	18
	แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย	25
	แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร	34
	แนวคิดการพัฒนาชุมชน	53
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีวิจัย**	
	ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	71
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
	การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	78

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)**	
	การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย	79
	การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย	79
บทที่ 4	**ผลการวิจัย**	
	ส่วนที่ 1 ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา	82
	ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย	
	ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร	90
	ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 วิธีการสื่อสารเพื่อรวมกลุ่มและขยายเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาเป็นอย่างไร	193
	ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาอย่างไร	232
บทที่ 5	**สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ**	
	สรุปผลการวิจัย	242
	อภิปรายผลการวิจัย	284
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	319
บรรณานุกรม		321
ภาคผนวก		326
	ก. แบบสอบถาม	327

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบบทบาทของแกนนำหลัก ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ ในแต่ละพัฒนาการของเครือข่าย	93
2	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม	202
3	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย	211
4	สรุปวิธีการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต	229

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่	47
2	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย	48
3	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ	48
4	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม	49
5	แผนภาพแสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง	49
6	แผนภาพแสดงความหมายของการพัฒนาชุมชน	54
7	ลักษณะของตลาดน้ำอัมพวา	82
8	แสดงที่ตั้งและอาณาเขตของเทศบาลตำบลอัมพวา	83
9	แสดงลักษณะเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	90
10	แสดงสมาชิกในเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	92
11	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนตลาดอัมพวา	101
12	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนวัดอัมพวัน	102
13	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนคลองอัมพวา	104
14	แสดงพื้นที่บริเวณชุมชนบางกะพ้อม 2	105
15	แสดงการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย	134
16	แสดงการสื่อสารในชุมชนตลาดอัมพวา	139
17	แสดงการสื่อสารในชุมชนวัดอัมพวัน	143
18	แสดงการสื่อสารในชุมชนคลองอัมพวา	147
19	แสดงการสื่อสารในชุมชนบางกะพ้อม 2	151
20	แสดงการสื่อสารในชมรมหาบเร่แผงลอย	156
21	แสดงการสื่อสารในชมรมโฮมสเตย์	161
22	พัฒนาการของเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	173
23	พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 1	184
24	แผนที่แสดงขอบเขตของบริเวณแต่ละชุมชนของชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา	186
25	พัฒนาการของเครือข่าย ระยะที่ 2	191
26	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 1 ตระหนักถึงปัญหาและรวมกลุ่ม	202

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
27	แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย	210
28	แสดงการสื่อสารในระยะขยายเครือข่าย (มีชมรมหาบเร่แผงลอย)	216
29	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 2 ขยายเครือข่าย (รวมชมรมหาบเร่แผงลอย และชมรมโฮมสเตย์)	223
30	แสดงการสื่อสารในระยะที่ 3 เจริญเติบโต	228