

# วารสาร มจร เลย์ ปรีทัศน์



ISSN 2730 - 1451

ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน-ธันวาคม 2564

*JOURNAL OF MCU LOEI*

*Vol. 2 NO. 3 September - December 2021*



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาลัยสงฆ์เลย์

*Mahachulalongkornrajavidyalaya University*  
Loei Buddhist College



## วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์

### JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW

วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์ เป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย ด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และพระพุทธศาสนา แก่อาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป 2. เพื่อสร้างเสริมด้านงานวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่าง ๆ ทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย 1) รัฐศาสตร์ 2) พระพุทธศาสนา 3) บริหารการศึกษา 4) ครุศาสตร์ 5) ศิลปศาสตร์ 6) รัฐประศาสนศาสตร์ 7) ศึกษาศาสตร์ บทความทุกเรื่อง มีผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขาวิชา เป็นผู้ประเมินบทความ (double blinded peer review) เพื่อให้บทความ ที่ตีพิมพ์มีคุณภาพ ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล เพื่อนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ และต่อยอด การพัฒนาในศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป และบทความทุกเรื่องได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายใน และภายนอก วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำหนดการเผยแพร่ 3 ฉบับ ต่อปี ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม- สิงหาคม) ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)

กองบรรณาธิการวารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เลย มีความยินดีรับบทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article) ที่ยังไม่เคยเผยแพร่ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <http://loei2.mcu.ac.th> <https://www.facebook.com/MCUloei2>

#### กองบรรณาธิการวารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
เลขที่ 119 หมู่ 5 ตำบลศรีสองรัก อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42100.

โทรศัพท์ : 042-039 - 630

โทรศัพท์ : 085-419 - 3595

Email : jirakitpon@hotmail.com

เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MCUL>



## บทบรรณาธิการ

วารสาร มจร เลย ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW) เป็นวารสารวิชาการ เกิดจากปรัชญาของ วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย คือ จัดการศึกษาพระพุทธศาสนา บูรณาการกับศาสตร์สมัยใหม่ พัฒนาจิตใจและสังคม กองบรรณาธิการ ได้ตระหนัก รวมทั้งภารกิจที่จะจัดระบบส่งเสริมสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัย รวบรวม เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในผลการศึกษาวิจัยเหล่านั้น ไปสู่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นประชาชนทั่วไปได้กว้างขวาง อันจะยังคุณค่าต่อการศึกษาอย่างสูง

วารสาร มจร เลย ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU. LOEI REVIEW) ฉบับปฐม เพื่อให้บทความ ที่ดีมีคุณภาพ ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล เพื่อนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ และต่อยอด การพัฒนาในศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป และบทความทุกเรื่องได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายใน และภายนอก วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย บทความทุกเรื่อง มีผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขาวิชา เป็นผู้ประเมินบทความ (double blinded peer review) เพื่อให้บทความ ที่ดีมีคุณภาพ ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล วารสารฉบับนี้ 18 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิจัย 1 เรื่อง เช่น “ปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย” เป็นต้น

กองบรรณาธิการ วารสาร มจร เลย ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW) มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพระดับชาติจนถึงระดับนานาชาติต่อไปในอนาคต เพื่อนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ และต่อยอด การพัฒนาในศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป กราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายนอกและภายในทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาเพื่องานวิชาการ ประเมินบทความอย่างมีประสิทธิภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนนักวิชาการ คณาจารย์ นักวิจัย นิสิตนักศึกษา ทุกสถาบัน เสนอบทความเพื่อเข้ารับการพิจารณาถ้อยแถลงตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่งานอันมีคุณภาพต่อสาธารณะ เพื่อเกิดประโยชน์ต่อไป ในสังคม ท่านสามารถส่งบทความมายังรายละเอียดที่แจ้งไว้ เพื่อเป็นการพัฒนาวารสารวิชาการ กรุณาเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการน้อมรับคำแนะนำข้อคิดเห็น ด้วยความยินดี ขอคุณ

(ดร.จารุกิตต์ พิริยสุวัฒน์)

บรรณาธิการ



## JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW

ISSN 2730-1451

ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน-ธันวาคม 2564

Vol. 2 NO. 3 September – December 2021

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย ด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ และพระพุทธศาสนา

2. เพื่อสร้างเสริมด้านงานวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ ทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ และพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย 1) รัฐศาสตร์ 2) พระพุทธศาสนา 3) บริหารการศึกษา 4) ครุศาสตร์ 5) ศิลปศาสตร์ 6) รัฐประศาสนศาสตร์ 7) ศึกษาศาสตร์

### เจ้าของ

วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### ที่ปรึกษา

พระธรรมวัชรบัณฑิต, ศาสตราจารย์ ดร.

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รองศาสตราจารย์ ดร.

พระราชปรีชามานี,ดร.

### บรรณาธิการบริหาร

ดร.จารุกิตติ์ พิริยสุวัฒน์

### กองบรรณาธิการ

พระมหาสุภวิชัย ปภัสโร, รองศาสตราจารย์

: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พระมหาประพันธ์ สิริปัญญา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์,ดร.

: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พระมหาวัฒนา สุรจิตโต,ดร.

: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ดร. จักรกฤษณ์ โปตาพล

: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิชชุพงศ์: วรศาสตร์กุล

: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสงค์ หัสริินทร์

: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พระมหาจินดา ธีรเมธี,ดร.

: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พระมหาสุตใจ ชยวุฒโฒ,ดร.

: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### ฝ่ายพิสูจน์อักษร

พระปลัดธนากร สนมโน,ดร.

พระมหาสมศักดิ์ สติสัมปนโน

### กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ มกราคม - เมษายน พฤษภาคม - สิงหาคม และ กันยายน - ธันวาคม

### สถานที่จัดพิมพ์

โรงพิมพ์ บ้านนาอ้อ โทรศัพท์ : 086 – 238-2041



## ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความประจำฉบับ

### (Peer reviewers)

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, ศาสตราจารย์ ดร.       | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ศาสตราจารย์ ดร.ดุสิตวัฒน์ แก้วอินทร์          | : นักวิชาการอิสระ                    |
| พระมหามิตร ฐิตปญโญ, รองศาสตราจารย์ ดร.        | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| พระมหาสังเวช จันทโสภี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| พระครูปริยัติคุณรังสี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| พระมหาวิเชียร ธมฺมวชิโร,ดร.                   | : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ดอกจันทร์             | : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนะ ปัญญาภา               | : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี       |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สุขพัฒน์ อนนทจารย์          | : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย สิงอุตม               | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ถิรวัดน์ แจ่มกระจ่าง        | : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ บุษย์ชญาณนท์     | : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี       |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาคร พรหมโคตร           | : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย               |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมปอง สุวรรณภูมา        | : มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ           |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทิน โรจน์ประเสริฐ     | : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์          |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณันท์ รัตนแสนวงษ์   | : มหาวิทยาลัยศรีปทุม                 |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชำนาญ ทองเย็น           | : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก                |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณาทอง ทองเย็น        | : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก                |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราวุธ ติระนนนท์        | : นักวิชาการอิสระ                    |
| ดร.มหิธร จิตตเกษม                             | : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย               |
| ดร.ชนันภรณ์ อารีกุล                           | : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ         |

- บทความทุกเรื่องจะได้รับการตรวจสอบทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ข้อความและเนื้อหาในบทความที่ตีพิมพ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว มิใช่ความคิดเห็น และความรับผิดชอบของ วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอกบทความเพื่อการศึกษา หากให้มีการอ้างอิงเจ้าของบทความ และแหล่งที่มาอย่างครบถ้วนสมบูรณ์



## CONTENTS

JOURNAL OF MCU,  
LOEI REVIEW

### บทความวิจัย

- 07 ปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย :  
สันต์กิจ พุทธิรัก

### บทความวิชาการ

- 22 ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหาร  
ส่วนท้องถิ่น: จังหวัดนครราชสีมา : ดร.ณัฐวดี บุญศรีแก้ว
- 35 นวัตกรรมจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีบนอุปกรณ์  
เคลื่อนที่ผ่านระบบออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชัน :  
ผศ.ดร.ขจรพงศ์ คำดี
- 50 พลังความเชื่อและความศรัทธาในวัดถมุงคล  
สู่เครื่องประดับและอัญมณี : ดร.วรรณัท อธิธาณนัท
- 62 การตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคต่อความสำเร็จของการ  
ดำเนินงานธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์ :  
ผศ.ดร.พิมพ์ภาภรณ์ วงศ์เตชะนนท์
- 76 การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลในยุคระบบราชการ 4.0  
ในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับผู้สูงวัย :  
ดร.ณัฐพงศ์ ดาราเพ็ญ
- 88 ภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การปกครอง  
ส่วนท้องถิ่นกับการนำนโยบายการป้องกัน  
โรคไวรัสโคโรนา 2019: ดร.พัฒนพงศ์ จงรักดี
- 101 อิทธิพลของสมาร์ตออฟฟิศ (Smart Office) ที่มีต่อพฤติกรรม  
การทำงานของบุคลากรในองค์กรในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต  
อาหาร 2021 : ดร.รมย์ธีรา จิราวิภูเศรชฐ์
- 114 การพัฒนาจริยธรรมนักเรียนโดยอาศัยกระบวนการ  
ตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา: ดร.ภัทราภา คงชาย
- 128 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีอิทธิพล  
ต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดจันทบุรี :  
ดร.วรัศชญาณ์ ศิระวิเชษฐ์กุล
- 142 กลยุทธ์การตลาดอาหารเสริมสมุนไพรไทยสู่ตลาดโลก :  
ดร.ภัทราภรณ์ เอกวิทยาเวชชกุล
- 154 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของ  
ผู้บริโภคในตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก : จังหวัดพิษณุโลก:



ผศ.ดร.ชำนาญ ทองเย็น

- 164 นโยบายการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการ  
สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนคร : ผศ.ดร.ธวัชชัย สมอเนื้อ
- 175 การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) ใน  
สถานการณ์ปัจจุบัน : ร.ต.อ.โชติวริทธิ์ ชัชชัยยากิตต์
- 191 การจัดการของภาครัฐในสภาวะวิกฤติกับการมีส่วนร่วมของ  
ประชาชนในการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) :  
ปรีดา กลิ่นเทศ
- 201 แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการ  
ด้านอุตสาหกรรมในประเทศไทย : ดร.กฤษณา กาญจนรัชต์
- 214 พระพุทธศาสนาและพลังงานไบโอพลาสติก :  
ดร.ศรีสุคนธ์ ศักดิ์กำจร, พระธรรมบาล ธรรมปาโล,ดร.
- 227 อภินิหารปัจเจกชนในทิวทัศน์ยุคเชื้อโควิด (Covid 19) :  
พระมหาณัฐพล ญาณसार (ไชยแก้ว)

ท้ายบท

- 239 วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย





## ปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

สันต์กิจ พุทธรัก  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 7, 2021, Revised October 2, 2021, Accepted November 11, 2021

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ราคาเหล็กในประเทศ คาดว่าราคาเหล็กเส้นและเหล็กแผ่นจะอยู่ที่ประมาณ 20,000 บาท ต่อตัน โดยในปี 2562-2564 ราคาเหล็กเส้นได้หดตัวเนื่องจากคาดว่าจะมีอุปทานส่วนเกินจากจีนจำนวนมาก ผลจาก 1) สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน ทำให้มีการเร่งระบายสินค้าสู่ประเทศที่สามเช่นไทย และ 2) การใช้เหล็กเส้นในจีนเริ่มลดลงจากภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซา อย่างไรก็ตามในปี 2565 ราคาเหล็กเส้นมีโอกาสขยายตัวตามความต้องการใช้ในประเทศที่เร่งขึ้นจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และอสังหาริมทรัพย์ ส่วนราคาเหล็กแผ่นรีดร้อนได้หดตัวติดต่อกันในช่วงปี 2563-2564 ตามราคาในตลาดโลกจากอุปทานส่วนเกินสูง

พบว่า ด้านการผลิตเหล็ก ของโลกปี 2564 ขยายตัวตามเล็กน้อยทิศทางอุปสงค์เหล็กทั่วโลก โดยประเทศผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ ได้แก่ จีน ยังขยายกำลังการผลิต โดยมีแนวโน้มลงทุนตั้งโรงงานผลิตเหล็กทั้งในประเทศและ ประเทศอินเดีย และ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีแผนจะผลิตเหล็กเพิ่มขึ้นเพื่อป้อนให้กับภาคก่อสร้าง และอุตสาหกรรมผลิตในประเทศตน ด้านความต้องการใช้เหล็ก ในประเทศ คาดว่ากระตือรือร้น ปี 2565 เล็กน้อย ผลจาก 1) ภาคก่อสร้างที่คาดว่าจะขยายตัวสูงจากทั้งงานโครงสร้างพื้นฐาน และอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ศักยภาพ เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษตะวันออก และตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และ 2) ภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มขยายตัว จากความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ราคาเหล็กเส้น และเหล็กรูปพรรณ ในประเทศราคาเหล็กหดตัวในช่วงปี 2563-2564 ตามราคาเหล็กโลกที่จะปรับลดลงจากอุปทานส่วนเกินที่ยังเพิ่มขึ้น แต่คาดว่าราคาจะกลับมาขยายตัวได้เล็กน้อยใน ไตรมาสที่ 4/2565 เนื่องจากความต้องการใช้ที่จะเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของภาคก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะมีโครงการก่อสร้างจำนวนมาก

**คำสำคัญ:** อุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการ, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



## Factors Affecting Small and Medium-sized Iron and Metal Industry (SMEs) Enterprises in Thailand

Sankit Puttarak  
Faculty of Business Administration  
Phitsanulok University

---

### ABSTRACT

The objective of this research is to study the factors affecting small and medium-sized steel and metal enterprises (SMEs) in Thailand. The study found that the domestic steel price Rebar and sheet prices are expected to be around 20,000 baht per tonne. In 2019-2021, rebar prices have contracted due to an expected large oversupply from China as a result of 1) US-China trade war. Resulting in an accelerated distribution of goods to third countries such as Thailand; and 2) the use of rebar in China began to decline due to the sluggish real estate sector. However, in 2022, rebar prices have a chance to expand as domestic demand accelerates from infrastructure investment. And real estate the price of hot-rolled coil continued to contract during 2020-2021 in line with world market prices due to high oversupply.

World steel production in 2021 expanded slightly in line with global steel demand direction. The major steel producing countries, such as China, are expanding their production capacity. With a tendency to invest in setting up a steel factory both in the country and India and the United States There are plans to produce more steel to feed the construction sector. and the manufacturing industry in their country on the demand for steel Domestically, it is expected to slightly improve in 2022 as a result of 1) the construction sector which is expected to expand highly from both infrastructure work; and real estate in potential areas such as the Eastern Special Economic Zone and along the electric train routes in Bangkok and its vicinity; and 2) related industrial sectors such as automobiles and electrical appliances tend to expand. From the market demand both in the country and abroad rebar price and steel in the country, steel prices contracted during 2020-2021 in line with world steel prices that will decline due to an increase in excess supply. However, prices are expected to expand slightly in the 4th quarter of 2022 as demand will increase in line with the growth of the construction sector. And real estate that is expected to have a large number of construction projects

**Keywords:** steel industry, Small and Medium Enterprise.



## บทนำ

สถานการณ์เศรษฐกิจประเทศไทยในปัจจุบัน ยังอยู่ในช่วงทรงตัว แต่ก็ยังมีกิจการอีกส่วนหนึ่งที่ยังต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งในการที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจกลับเป็นปกติได้ สถานการณ์โรคติดต่อร้ายแรง (Covid - 19) สภาพดังกล่าวทำให้อัตราการจ้างงานในปัจจุบัน ทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชนอยู่ในระดับต่ำ นักเรียน นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาส่วนมากหางานทำได้ยาก เนื่องจากงานยังมีจำกัดอยู่มาก เมื่อเทียบกับจำนวนคนที่สำเร็จการศึกษาออกมาทำให้คนจำนวนไม่น้อยไม่มีงานทำ และคิดที่จะหันเหเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ (SMEs) ประกอบกับขณะนี้รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมและผลักดันให้คนเข้ามาเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นทำให้เป็นโอกาสที่ดีของผู้สนใจ และมีความคิดที่จะประกอบธุรกิจเป็นของตนเองได้เข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ (SMEs) ได้สะดวกรวดเร็ว

แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564:

อุตสาหกรรมเหล็ก ความต้องการใช้เหล็กในไทยในช่วงปี 2562-2564 คาดว่าจะมีปริมาณ 17.0-19.0 ล้านตัน เติบโต 1-4% ต่อปี ปัจจัยหนุนสำคัญจากภาคก่อสร้างและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยานยนต์และเครื่องจักรที่มีแนวโน้มขยายตัว อย่างไรก็ตาม อัตราเติบโตในปี 2562 จะต่ำกว่าในช่วงปี 2563-2564 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวในอัตราชะลอลงและภาคเอกชนรอความชัดเจนที่จะลงทุนต่อ หลังจากมีคณะรัฐบาลชุดใหม่

การผลิตเหล็กของไทยในช่วงเวลาเดียวกันคาดว่าจะอยู่ที่ 6.5-7.5 ล้านตันต่อปี ตามความต้องการใช้ในประเทศ การผลิตที่น้อยกว่าปริมาณการใช้ในประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคมักมีการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยสินค้านำเข้าแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีราคาสูงกว่าในประเทศ และกลุ่มที่มีคุณภาพสูง ผลิตในประเทศน้อย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึง บทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าว ได้แก่ การก่อเกิดการจ้างงานคิดเป็นสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 77 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยประมาณร้อยละ 39 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกรวม SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) ดังเช่น

- 1) ช่วยสร้างงาน
- 2) สร้างมูลค่าเพิ่ม
- 3) สร้างเงินตราต่างประเทศ
- 4) ลดการนำเข้าสินค้าต่างประเทศ
- 5) เป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบการธุรกิจ
- 6) เชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่นๆ
- 7) เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ
- 8) สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจ



การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลกเนื่องจากส่งเสริมให้เกิดการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ทั้งใน

ด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงาน รวมถึงความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้า การลงทุน ให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการครองชีพ และความกินดีอยู่ดีของประชาชนภายในประเทศสมาชิก และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้น้อยลง

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจในการที่จะเลือกลงทุนประกอบอาชีพส่วนตัวในภาวะช่วงเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ และมีการแข่งขันการเข้าทำงานสูงเช่นในปัจจุบัน และยังเป็นช่องทางหนึ่งที่เปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถมีความคิดริเริ่มและกล้าเสี่ยงในการที่จะแสวงหาความสำเร็จ และความก้าวหน้าในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้วิจัยจึงใคร่ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย เพื่อผลที่ได้จากการศึกษาจะได้นำไปปรับปรุงพัฒนาแก้ไขในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยในวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

#### สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน

**วิธีการวิจัย** วิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเหนี่ยวนำเชิงวิเคราะห์และการตีความสำหรับรูปแบบเฉพาะเรื่อง

#### ประโยชน์ของงานวิจัย

1) ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

2) ทราบถึงคุณสมบัติที่สำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

3) เพื่อให้เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในเชิงวิชาการ เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

- SMEs หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย



- ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย หมายถึง องค์ประกอบหรือ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ

1) ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะเดิมของผู้ประกอบการ จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ อายุของกิจการ จำนวนพนักงานในกิจการ เงินลงทุนของกิจการ ประเภทของธุรกิจของท่าน ลักษณะการดำเนินงาน ท่านเคยประกอบการธุรกิจประเภทอื่นก่อนธุรกิจปัจจุบัน และท่านมีประสบการณ์การทำงานจากที่อื่นก่อนเริ่มประกอบธุรกิจปัจจุบัน

2) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง การประกอบการธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ การจัดการ ด้านการตลาด และเทคโนโลยี

## แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

### ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (entrepreneur) เป็นผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย (สถิติ นิยมญาติ , 2546 :96) เป็นผู้ที่พยายามสร้างผลกำไรที่เกิดจากความคิดริเริ่มของตนเอง เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ที่คิดและค้นพบโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้จัดหาเงินทุนเพื่อก่อตั้งธุรกิจดูแลระบบงานภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค (มุสตี รุมาคม , 2538 :29) เป็นเจ้าของธุรกิจ และมองเห็นถึงโอกาสที่ธุรกิจจะทำกำไรโดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่มาเสนอขายในตลาดด้วยกระบวนการผลิตแบบใหม่ๆ ที่ให้ประสิทธิภาพดีกว่าเดิม ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและจัดการบริหารเงินทุนและปัจจัยการผลิตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจะต้องมีความกระตือรือร้น คิดค้นวิธีที่จะนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่มีอยู่มาผ่านกระบวนการผลิต จนทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ออกสู่ตลาด เกิดผู้บริโภคกลุ่มใหม่มีการเสาะแสวงหาตลาดหรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไรอยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต พยายามหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงให้ดีขึ้น ติดตามข่าวสารต่างๆ ที่ในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการศึกษา และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ดีขึ้น (นิมิตร นนทพันธ์าวาทย, 2550)

**ธุรกิจ** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิต การจำหน่าย และการบริการธุรกิจ SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชน เป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพล ของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีพนักงานจำนวนไม่มาก

### ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อม ช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและประชาชน



มีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้นธุรกิจขนาดย่อม เป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่เพราะความเจริญก้าวหน้าของ ธุรกิจขนาดย่อมทำให้ธุรกิจมันคงมียอดการผลิตที่สูงขึ้น และมีการนำเทคโนโลยี ที่สูงขึ้นมาใช้ในการผลิตซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ธุรกิจขนาดย่อม เป็นแหล่งผลิตสินค้าใหม่ ๆ เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลร่วมกันคิด และผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาด โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่ไม่กล้าเสี่ยง ต่อการลงทุน

### เอสเอ็มอี (SME หรือ SMEs)

คำว่า เอสเอ็มอี นั้นเป็นคำย่อ ของคำว่า Small and Medium Enterprise (SME) ในภาษาอังกฤษนั่นเอง สำหรับคำที่ใช้กันอย่างเป็นทางการ ของภาษาไทยคือ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” นั่นเอง สำหรับประเทศไทย (Novabizz: <https://www.novabizz.com/Business>) ได้มีกฎหมาย ธุรกิจเอสเอ็มอี ประกาศออกมาอย่างเป็นทางการแล้ว ซึ่งเรียกว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยตาม กฎหมายฉบับนี้นั้น ได้ให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ในการกำหนดว่า ใครบ้างที่จะได้ ขึ้นชื่อว่า เข้าข่ายเป็น ธุรกิจเอสเอ็มอี ซึ่งจะประกาศออกมาเป็นกฎกระทรวง ก่อนหน้านั้น จะใช้เกณฑ์ ในการวัดว่า ธุรกิจไหนเป็น เอสเอ็มอี ดังนี้คือ

- กิจการที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตหรือบริการ มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน สองร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน สองร้อยคน
- กิจการค้าส่ง ที่มีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน หนึ่งร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน ห้าสิบคน
- กิจการค้าปลีก ที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน หกสิบล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน สามสิบคน

### ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมทั่วไป

- 1) ปริมาณยอดขายมีน้อย โดยรายได้ในท้องถิ่นอาจจะตอบสนองธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ได้ แต่ก็มากพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถอยู่รอดได้ตามสมควร ดังนั้นธุรกิจขนาดใหญ่จึงไม่ต้องการแข่งขันกับธุรกิจขนาดเล็ก
- 2) มีฝีมือและประสบการณ์ของตนเองในการบริการลูกค้า เนื่องจากเจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง จึงใช้ความสามารถส่วนตัวในการบริหารงาน เช่น ช่างตัดเสื้อ นักออกแบบภายใน
- 3) มีการบริการในลักษณะเป็นการส่วนตัว โดยจะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถ และบุคลิกภาพของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่แล้วจะมีอยู่ในธุรกิจขนาดย่อม
- 4) มีความสะดวก ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้โดยการเสนอความสะดวกสบายที่ธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเป็นคู่แข่งไม่สามารถหาได้
- 5) สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของท้องถิ่น ธุรกิจขนาดย่อมในท้องถิ่นที่ตัดสินใจด้วยตัวเองโดยใช้ความรู้ความต้องการ และความพอใจของท้องถิ่นจะได้เปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจมีความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับเจ้าของและพนักงาน
- 6) มีแรงจูงใจสูง เมื่อประกอบธุรกิจของตนเอง เจ้าของจะต้องทำงานหนักและเสียสละมากกว่าการทำงานให้กับผู้อื่น เนื่องจากเป็นเจ้าของธุรกิจเอง จึงทำให้มีการดำเนินธุรกิจของตนเอง
- 7) มีความคล่องตัวทางการบริหาร ธุรกิจขนาดเล็กสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงได้เร็วยิ่งขึ้น



8) ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ เนื่องจากใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่สามารถให้ผลผลิตมากกว่า แต่จ่ายค่าจ้างต่ำกว่าค่าจ้างที่จ่ายให้กับแรงงานที่จ้างจากที่อื่น

### ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม SMEs

ธุรกิจขนาดย่อมเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นการช่วยด้านสวัสดิการทางเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตจำนวนมากถึงครึ่งหนึ่งของสินค้าและบริการทั้งหมด ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของธุรกิจขนาดย่อมจะเหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ คือ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศ ช่วยจัดหางานใหม่ นำเสนอนวัตกรรม กระตุ้นการแข่งขัน ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1) การสร้างงานใหม่ เป็นการสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง โดยการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ หรือการขยายธุรกิจเดิม ถือว่าเป็นโอกาสสำหรับตลาดแรงงาน ธุรกิจขนาดย่อมนั้นสามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ได้ต่อไป

2) การสร้างนวัตกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ จะมีจุดเริ่มต้นจากงานวิจัยในห้องทดลองเพื่อให้ได้รับการยอมรับ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเหลืออย่างมีคุณค่าให้เกิดขึ้นกับมาตรฐานการครองชีพของประชาชน

3) การกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การเพิ่มการแข่งขันเป็นสถานการณ์ซึ่งธุรกิจมีการแข่งขันด้านการขาย การมีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาแข่งขันจะทำให้การแข่งขันด้านราคาลดลง ตลอดจนมีการเพิ่มผลผลิตและเพิ่มมาตรฐานของสินค้า และการบริการ ซึ่งเป็นการเพิ่มมาตรฐานการครองชีพให้แก่ประชาชนได้

4) ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ให้ผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หน้าที่บางอย่างธุรกิจขนาดย่อมมักจะทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดใหญ่นั้นไม่อาจทำหน้าที่ครบทุกประการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าซึ่งแบ่งได้ เช่น การจัดจำหน่าย การขายปัจจัยการผลิต การบริการ เป็นต้น

5) การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจขนาดย่อมจะต้องเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของงาน โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องอาศัยความประณีตและใช้ฝีมือ ธุรกิจขนาดย่อมจะทำได้ดีกว่า ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

6) การกระจายการพัฒนาประเทศ ธุรกิจขนาดย่อมมีการตั้งกระจายกันไปตามชุมชนต่างๆ จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของท้องถิ่น

7) การเพิ่มการระดมทุน ธุรกิจขนาดย่อมเป็นการรวบรวมเงินทุนที่เป็นของผู้ประกอบการ และ ญาติพี่น้องมาก่อให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการระดมทุน ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการผลิตของประเทศด้วย เช่น ธุรกิจการผลิต ธุรกิจเหมืองแร่ ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจบริการ

### ปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจขนาดย่อม

1) ปัญหาด้านการตลาด ธุรกิจขนาดย่อมจะตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาด ในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น



2) **ขาดแคลนเงินทุน** ธุรกิจขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่มีการบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ในระบบ และจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง

3) **ปัญหาด้านแรงงาน** แรงงานที่ทำงานในธุรกิจขนาดย่อม จะมีปัญหาการเข้าออกสูงเมื่อคนงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและ ผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4) **ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต** ธุรกิจขนาดย่อมทั่วไปมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการหรือพนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5) **ข้อจำกัดด้านการจัดการ** ธุรกิจขนาดย่อมมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

6) **ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ** ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุน และการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้ธุรกิจขนาดย่อมเพียง 8.1% เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7) **ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน** การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงาน เช่น บุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8) **ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล** เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ข้างต้น ธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เช่น นโยบายและมาตรฐานการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เป็นต้น

#### การจำแนกกิจการของ SMEs

เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกกิจการของ SMEs ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม คือ

- 1) มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร
- 2) จำนวนการจ้างงาน

การจำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) การผลิต : วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 50 ล้าน



2) การบริการ : วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 50 ล้านบาท

3) การค้า

(1) คำส่ง: วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 100 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 50 ล้านบาท

(2) คำปลีก: วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 60 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 30 ล้านบาท

การจำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1) การผลิต : วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 คน วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน

2) การบริการ : วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 คน วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน

3) การค้า

(1) คำส่ง: วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 50 คน วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 25 คน

(2) คำปลีก : วิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 30 คน วิสาหกิจขนาดเล็กไม่เกิน 15 คน

|                 | ขนาดย่อม   |                            | ขนาดกลาง   |                 |
|-----------------|------------|----------------------------|------------|-----------------|
|                 | จำนวน (คน) | สินทรัพย์ถาวร<br>(ล้านบาท) | จำนวน (คน) | สินทรัพย์ถาวร   |
| จำนวน (คน)      | ไม่เกิน 50 | ไม่เกิน 50                 | 51-200     | เกินกว่า 50-200 |
| กิจการการผลิต   | ไม่เกิน 50 | ไม่เกิน 50                 | 51-200     | เกินกว่า 50-200 |
| กิจการการบริการ | ไม่เกิน 25 | ไม่เกิน 50                 | 26-50      | เกินกว่า 50-100 |
| กิจการค้าส่ง    | ไม่เกิน 15 | ไม่เกิน 30                 | 16-30      | เกินกว่า 30-30  |
| กิจการค้าปลีก   | ไม่เกิน 50 | ไม่เกิน 50                 | 51-200     | เกินกว่า 50-200 |

### ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

การประกอบธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) นั้นมีอยู่มากมายหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การค้า และการบริการ รวมถึงธุรกิจแฟรนไชส์ และ OTOP ด้วย ซึ่งอาจเป็นธุรกิจในภาคการเกษตร หรือนอกภาคเกษตร หรือในภาคบริการ ปัจจัยสำคัญในการเลือกประเภทธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ประกอบการที่สามารถขับเคลื่อนธุรกิจ (Unique Skill Driven Product) โดยมีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้ เป็นธุรกิจระหว่างประเทศได้ต่อไป ซึ่งสามารถแบ่งประเภทธุรกิจขนาดย่อมได้ดังนี้

1) การผลิต (Product Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)

**ธุรกิจการผลิต (Manufacturing)** หมายถึง การแปรสภาพปัจจัยการผลิตโดยอาศัยกระบวนการผลิตในการแปลงสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้า หรือบริการ ตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีสินค้าจำนวนมากที่ผลิตขึ้นและจำหน่ายเองโดยใช้เครื่องจักร แรงงานและมีมือในการแปรรูป

**ปัจจัยในการผลิต** หน้าที่สำคัญของผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าหรือบริการ จำเป็นต้องแสวงหาปัจจัยการผลิต (Factor of Production)



### การสั่งซื้อวัตถุดิบ

- 1) กำหนดรายละเอียดของสินค้า
- 2) สํารวจตลาดในเรื่องแหล่งผลิต ราคา คุณภาพของสินค้า
- 3) เปรียบเทียบราคาในเรื่องของราคา จำนวน และประเด็นต่างๆ
- 4) สั่งซื้อโดยออกไปสั่งซื้อสินค้า เป็นหลักฐานในการติดต่อ

ขั้นตอนการเก็บรักษา ผู้รับผิดชอบจะต้องเก็บรักษาวัตถุดิบ วัสดุ และสินค้าในสถานที่ที่มีสภาพเหมาะสมทั้งอุณหภูมิและความชื้นในสถานที่จัดเก็บ ลักษณะการจัดเก็บวางสินค้า ขั้นตอนการดำเนินการผลิต วิธีการผลิตขึ้นอยู่กับลักษณะของผลผลิต

### 2) ธุรกิจการค้าส่ง (Wholesaling)

การค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับองค์กรที่ซื้อไปเพื่อการขายต่อหรือเพื่อใช้ในทางธุรกิจ (Kotler, 1997) หรือหมายถึงกิจกรรมทั้งหมดของบุคคลหรือองค์กรที่ขายสินค้าให้กับพ่อค้าปลีกและพ่อค้าคนอื่นๆ และ/หรือขายให้กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ผู้ใช้ที่เป็นสถาบันและผู้ใช้งานธุรกิจ แต่ไม่ได้ขายสินค้าในปริมาณที่มากให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Stern, El-Ansary and Coughlan, 1996)

#### องค์ประกอบของการค้าส่งสรุปได้ดังนี้

- 1) จำทำหน้าที่เป็นผู้ขายต่อให้ลูกค้า โดยมีปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งมีจำนวนมาก
- 2) ลูกค้าของสถาบันการค้าส่ง คือ องค์กรที่ซื้อสินค้าไปเพื่อขายต่อหรือใช้ในการผลิต หรือให้บริการ หรือใช้ในการดำเนินงานของกิจการ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ผู้ใช้ที่เป็นสถาบัน และผู้ใช้งานธุรกิจต่างๆ
- 3) ไม่ได้มุ่งขายสินค้าในปริมาณที่มากให้กับกลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย

**ประเภทของการค้าส่ง พ่อค้าส่งที่เป็นพ่อค้า (Merchant Wholesalers)** เป็นพ่อค้าส่งที่มีสิทธิ์เป็นเจ้าของสินค้าที่ตนเองครอบครองอยู่ โดยจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือพ่อค้าส่งรายอื่นๆ และมีสินค้านามากมายหลายชนิด เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับผู้ซื้อที่ซื้อจำนวนมาก การให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละประเภทจะแตกต่างกันไป ซึ่งพ่อค้าส่งที่เป็นพ่อค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- (1) พ่อค้าส่งที่ให้บริการครบถ้วน (Full Service Wholesalers)
- (2) พ่อค้าส่งที่ให้บริการจำกัด (Limited Service Wholesalers)

#### นายหน้าและตัวแทน (Brokers and Agents)

นายหน้าและตัวแทนเป็นคนกลางที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ตนดำเนินการ แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

- 1) นายหน้า (Brokers)
- 2) ตัวแทน (Agents)

สาขาและสำนักขายของผู้ผลิต (Manufacturers Sales Branches and Offices) ผู้ผลิตจะตั้งสาขาหรือสำนักงานขายขึ้นมาเองในแต่ละท้องที่ เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้ผลิต โดยซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง สาขาและสำนักงานขาย อาจจะเป็นการค้าส่งหรือการค้าปลีกก็ได้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) สาขาขายของผู้ผลิตที่มีสินค้า (Manufacturers 'Sales Branches with Stocks)
- 2) สำนักงานขายของผู้ผลิตที่ไม่มีสินค้า (Manufacturers Sales Offices Without Stocks)



พ่อค้าส่งประเภทอื่นๆ (Miscellaneous Wholesalers)

### ธุรกิจการค้าปลีก

การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อนำไปใช้ส่วนตัว (Stem, El-Ansary and Coughlan, 1996) หรือหมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัว และไม่ใช่ว่าเป็นการใช้เพื่อธุรกิจ (Kotler, 1997)

### ประเภทของการค้าปลีก

การค้าปลีกจะแบ่งออกเป็นกี่ประเภทนั้นขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาแบ่งประเภท เนื่องจากร้านค้าปลีกหนึ่ง ๆ อาจจะถูกจัดกลุ่มให้เข้าอยู่หลายกลุ่ม หลายประเภท เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งจัดอยู่ในร้านค้าปลีกแบบร้านสะดวกซื้อก็ได้ หรือเป็นร้านแบบลูกโซ่ก็ได้ หรือเป็นร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ก็ได้ เป็นต้น ในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

การค้าปลีกแบบมีร้านค้า (Stores Retailing) ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้จากร้านค้าปลีกทั่วไป ซึ่งแบ่งออกได้ 11 ประเภท ดังนี้

- 1) ร้านค้าขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)
- 2) ห้างสรรพสินค้า (Department Store)
- 3) ศูนย์การค้าครบวงจร (Shopping Center or Shopping Complex)
- 4) ร้านสรรพอาหาร (Supermarket)
- 5) ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store)
- 6) ร้านขายสินค้าลดราคา (Discount Store)
- 7) พ่อค้าปลีกขายสินค้าราคาถูก (Off-Price Retailer)
- 8) ร้านค้าขายสินค้าราคาถูก (Superstore)
- 9) ร้านค้าที่ใช้แคตตาล็อก (Catalog showroom)
- 10) มินิมาร์ทหรือร้านสรรพอาหารขนาดเล็ก (Minimart or Superette)
- 11) ร้านขายของชำหรือโชห่วย (Grocery Store or Mom & Pop Store or Provincial Store)

### แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี 2564-2566

ภาพรวมแนวโน้มอุตสาหกรรมไทยในระยะ 3 ปีข้างหน้าจะพิจารณาครอบคลุมทั้งปัจจัยด้านความท้าทาย และโอกาสที่สะท้อนความน่าสนใจ (Attractiveness) ในการทำธุรกิจของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค และปัจจัยภายในเฉพาะด้านของอุตสาหกรรมนั้น เศรษฐกิจโลกในระยะ 3 ปีข้างหน้ามีแนวโน้มกลับมาขยายตัวเฉลี่ย 4.4% ต่อปี (วิจัยกรุงศรี: <https://www.krungsri.com>) พื้นตัวจากภาวะถดถอยรุนแรงที่สุดในรอบหลายทศวรรษในปี 2563 ปัจจัยสนับสนุนมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจทยอยฟื้นตัว นำโดยภาคการผลิต และการส่งออก ผลจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่ทั่วโลก ทั้งมาตรการทางการเงินและการคลัง ขณะเดียวกันคาดว่าจะพัฒนาวัคซีนป้องกันและรักษาโรค COVID-19 จะทยอยผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass production) ได้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 และสามารถใช้ได้อย่างแพร่หลายตั้งแต่ครึ่งปีหลังเป็นต้นไป นอกจากนี้ ภายใต้การบริหาร



ของประธานาธิบดีสหรัฐฯ คนใหม่ คาดว่าจะไม่มีมาตรการกีดกันทางการค้าเพิ่มเติมจนเป็นอุปสรรคต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก

**ผลิตภัณฑ์เหล็กในไทยตามประเภทของเหล็กสำเร็จรูปที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่**

**1) เหล็กทรงยาว (Long products)** ประกอบด้วย เหล็กแท่งใหญ่ และเหล็กแท่งยาวซึ่งเป็นเหล็กสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์เหล็กที่ทำจากเหล็กทั้งสองประเภทนี้ เช่น เหล็กเส้น และเหล็กถวด โดยผู้ผลิตเหล็กทรงยาวแบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีเตาหลอมและกลุ่มที่ไม่มีเตาหลอม กลุ่มผู้ผลิตเหล็กที่มีเตาหลอมได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เหล็กทรงยาวส่วนมากถูกใช้ในภาคก่อสร้าง

**2) เหล็กทรงแบน (Flat products)** ประกอบด้วย เหล็กแท่งแบนซึ่งเป็นเหล็กชั้นกลางและผลิตภัณฑ์เหล็กที่แปรรูปจากเหล็กแท่งแบน เช่น เหล็กแผ่นรีดร้อน และเหล็กแผ่นรีดเย็นซึ่งอยู่ในรูปของเหล็กแผ่น (Plates) และเหล็กม้วน (Coils) ผลิตภัณฑ์เหล็กทรงแบนส่วนใหญ่ถูกใช้เป็นชิ้นส่วน/ส่วนประกอบของยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องจักร

เหล็กจัดเป็นโลหะพื้นฐานที่จำเป็นต่อกิจกรรมการผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลากหลาย ได้แก่ ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โครงสร้างของอุตสาหกรรมเหล็กสามารถจำแนกตามสายการผลิตได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

#### **อุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำ (Upstream)**

เป็นส่วนแรกของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งจะมีการผลิตเหล็กขั้นต้น (Raw steel products) เริ่มจากการแต่งแร่ด้วยการนำสินแร่เหล็ก (Iron ore) มาบดก่อนเข้าสู่กระบวนการถลุง เพื่อแปรสภาพแร่เหล็กให้มีความบริสุทธิ์มากขึ้น เรียกว่า “เหล็กดิบ (Iron)” ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กกลางน้ำและปลายน้ำต่อ โดยทั่วไปเหล็กดิบมี 2 ประเภท คือ เหล็กถลุง (Pig iron) ซึ่งเป็นเหล็กที่ถลุงในสถานะของเหลว และเหล็กพูน (Sponge iron) ซึ่งเป็นเหล็กที่ถลุงในสถานะของแข็ง แต่ถ้าประเทศใดไม่มีแร่เหล็ก (เช่น ไทย เป็นต้น) สามารถใช้เศษเหล็ก (Scrap) ทดแทนเหล็กดิบได้ สำหรับการตั้งโรงถลุงเหล็กในประเทศไทย นอกจากมีกระแสต่อต้านจากสังคมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพแล้ว ยังต้องใช้เงินลงทุนสูงซึ่งมักไม่คุ้มทุน จึงไม่มีการผลิตเหล็กต้นน้ำในไทย และจำเป็นต้องนำเข้าเหล็กดิบจากต่างประเทศ ทั้งในรูปของเหล็กดิบและเหล็กสำเร็จรูป

#### **อุตสาหกรรมเหล็กกลางน้ำ (Midstream)**

เป็นขั้นตอนของการหลอมเหล็กดิบ (เหล็กถลุง/เหล็กพูน) หรือเศษเหล็ก โดยผ่านกระบวนการหลอมที่อุณหภูมิสูง (ประมาณ 1,600 °C) แล้วจึงนำมาผสมกับสารเคมีต่างๆ เช่น คาร์บอน และโครเมียม เพื่อให้มีคุณสมบัติตามต้องการโดยมีสิ่งเจือปนที่เป็นสารประกอบออกไซด์ถูกแยกออกมาจากการหลอมเรียกว่า “Slag” ทำให้ได้ผลลัพธ์คือ “เหล็กกล้า (Steel)” ซึ่งจัดอยู่ในประเภทเหล็กชั้นกลางหรือเหล็กสำเร็จรูป (Semi-finished steel products) ทั้งนี้ เหล็กกล้าแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ เหล็กแท่งใหญ่ (Bloom beam) เหล็กแท่งยาว (Billet) และเหล็กแท่งแบน (Slab) ซึ่งทั้ง 3 ประเภทมีความแตกต่างด้านรูปร่างและความหนาแน่น แต่โดยทั่วไปมักใช้เหล็กแท่งยาวและเหล็กแท่งแบน เพื่อนำไปผลิตเหล็กชั้นปลายต่อ



### อุตสาหกรรมเหล็กปลายน้ำ (Downstream)

เป็นขั้นตอนของการแปรรูปเหล็กสำเร็จรูปให้เป็นเหล็กชิ้นปลายหรือเหล็กสำเร็จรูป (Finished steel products) ผ่านกระบวนการรีดร้อน รีดเย็น เคลือบผิว ตีเหล็กขึ้นรูป และหล่อเหล็ก (ภาพที่ 1) โดยเหล็กสำเร็จรูปที่สำคัญได้แก่ เหล็กแผ่นรีดร้อน/รีดเย็น เหล็กแผ่นเคลือบ เหล็กเส้น และเหล็กโครงสร้างรูปพรรณต่างๆ (เช่น เหล็กตัวซี และเหล็กตัวเอช) ทั้งนี้การผลิตเหล็กสำเร็จรูปของไทยส่วนมากใช้วัตถุดิบเหล็กสำเร็จรูปที่หลอมจากเศษเหล็ก (Scrap) เพราะมีต้นทุนต่ำ ผลผลิตที่ได้สามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ต้องการเหล็กวัตถุดิบคุณภาพไม่สูง เช่น ก่อสร้าง และบรรจุภัณฑ์สินค้าทั่วไป ผู้ผลิตส่วนหนึ่งจำเป็นต้องนำเข้าเหล็กสำเร็จรูปที่หลอมจากเหล็กดิบ (Iron) จากต่างประเทศมาใช้เป็นวัตถุดิบ เพื่อผลิตเหล็กสำเร็จรูปที่มีคุณภาพสูงหรือเหล็กเกรดพิเศษป้อนให้แก่อุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนเชิงโครงสร้างการผลิต อาทิ ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และบรรจุภัณฑ์สินค้าเฉพาะอย่าง (เช่น ปีโตรเคมี) เป็นต้น

#### ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องและควรติดตาม

ปัญหาการนำเข้าเหล็กราคาถูก (โดยเฉพาะจากจีน) สรุปลงได้ดังนี้

1) อุปทานเหล็กส่วนเกินในจีนยังมีอยู่มาก แม้ว่าทางการจีนมีนโยบายลดการผลิตเหล็กโดยสั่งปิดโรงงานผลิตที่มีคุณภาพต่ำ แต่ผู้ประกอบการอาจหันไปผลิตเหล็กที่มีคุณภาพสูงออกสู่ตลาดโลกมากขึ้นในระยะข้างหน้า ซึ่งคาดว่าจีนจะยังรักษาความได้เปรียบด้านราคาไว้ได้จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) เนื่องจากมีแร่เหล็ก (iron ore) ซึ่งสามารถผลิตเหล็กคุณภาพดีได้ (แต่ที่ผ่านมาจีนไม่ลงทุนใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในโรงงาน ทำให้เหล็กที่ได้คุณภาพไม่สูงนัก)

2) ผู้ประกอบการจีนบางรายหันไปลงทุนตั้งโรงงานเหล็กในต่างประเทศ อาจส่งผลให้โรงงานเหล็กของจีนเข้ามาเปิดสายการผลิตในไทยและแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดเหล็กในไทย จากข้อมูลล่าสุดของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มูลค่าการลงทุนที่ได้รับการอนุมัติส่งเสริมการลงทุนของไทยในไตรมาสแรก ปี 2562 ส่วนใหญ่มาจากจีน (ร้อยละ 26 ของมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมด) โดยเข้ามาลงทุนในโครงการผลิตภัณฑ์โลหะ (รวมเหล็ก) ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนสูงในอันดับต้นๆ ของโครงการลงทุนจากจีนที่ได้รับการอนุมัติทั้งหมด

3) หลายประเทศมีมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดเหล็กจากจีน เช่น การตั้งกำแพงภาษีนำเข้าเหล็กในสหรัฐฯ และการสนับสนุนให้เพิ่มกำลังการผลิตเหล็กในอินเดียเพื่อลดการนำเข้า จะยิ่งทำให้อุปทานส่วนเกินของเหล็กที่มีราคาถูกในจีนถูกส่งออกไปจำหน่ายในประเทศอื่นรวมถึงในไทยมากยิ่งขึ้น

สินค้าเหล็กโดยรวมถูกนำไปใช้ในธุรกิจก่อสร้างมากที่สุดในสัดส่วน 57% ของการใช้ในประเทศทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นประเภทเหล็กเส้น เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ และตะปู/น็อต รองลงมาเป็นธุรกิจยานยนต์ 18% ธุรกิจเครื่องจักร 11% ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า 9% ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ 4% และอื่นๆ 1% (ภาพที่ 2) โดยในช่วงปี 2556-2561 ความต้องการใช้เหล็ก<sup>[3]</sup> ในประเทศมีปริมาณเฉลี่ย 18 ล้านตันต่อปี ขณะที่ปริมาณการผลิตในประเทศโดยเฉลี่ยมีอยู่เพียง 7 ล้านตันต่อปี (ภาพที่ 3) จึงจำเป็นต้องนำเข้าเหล็กจำนวนมาก



## สรุป

ห่วงโซ่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมหลังการระบาดใหญ่ของ COVID-19 การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักในห่วงโซ่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ผู้ประกอบการพยายามลดความซับซ้อนและลดระยะทางของแหล่งผลิตให้ใกล้กับประเทศของตนเองมากขึ้น โดยกระจายฐานการผลิตไปในหลายประเทศที่ใกล้แหล่งผลิตมากขึ้นและอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ส่งผลให้ห่วงโซ่มูลค่าโลกมีแนวโน้มสั้นลง กระจายตัวมากขึ้น และมีความเชื่อมโยงภายในภูมิภาค (Shorter, more diversified and more regionalized) จากการคาดการณ์ลักษณะของห่วงโซ่มูลค่าโลกในช่วง 5 ปีข้างหน้า (2568) วิจัยกรุงศรี ประเมินว่า อุตสาหกรรมของไทยจะมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลกมากขึ้น และโดยส่วนใหญ่จะยังอยู่ที่อุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยอุตสาหกรรมหลักของไทยที่มีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลกมากขึ้น จากขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนอุตสาหกรรมที่ไทยอาจมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าน้อยลง ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น อุตสาหกรรมเกษตร และเหมืองแร่ เป็นต้น อุตสาหกรรมหลักในไทยมุ่งเน้นผลิตเพื่อใช้ในประเทศมากกว่าส่งออก โดยสัดส่วนความต้องการใช้เหล็กในประเทศต่อปริมาณเหล็ก

ราคาเหล็กในประเทศ คาดว่าราคาเหล็กเส้นและเหล็กแผ่นจะอยู่ที่ประมาณ 20,000 บาท ต่อตัน โดยในปี 2562-2564 ราคาเหล็กเส้นได้หดตัวเนื่องจากคาดว่าจะมีอุปทานส่วนเกินจากจีนจำนวนมาก ผลจาก 1) สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน ทำให้มีการเร่งระบายสินค้าสู่ประเทศที่สามเช่นไทย และ 2) การใช้เหล็กเส้นในจีนเริ่มลดลงจากภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซา อย่างไรก็ตามในปี 2565 ราคาเหล็กเส้นมีโอกาสขยายตัวตามความต้องการใช้ในประเทศที่เร่งขึ้นจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และอสังหาริมทรัพย์ ส่วนราคาเหล็กแผ่นรีดร้อนได้หดตัวติดต่อกันในช่วงปี 2563-2564 ตามราคาในตลาดโลกจากภาวะอุปทานส่วนเกินสูง

**ด้านการผลิตเหล็ก** ของโลกปี 2563-2564 ขยายตัวตามทิศทางอุปสงค์เหล็กทั่วโลก โดยประเทศผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ ได้แก่ จีน ยังขยายกำลังการผลิต โดยมีแนวโน้มลงทุนตั้งโรงงานผลิตเหล็กทั้งในประเทศและต่างประเทศ อินเดีย และสหรัฐอเมริกา มีแผนจะผลิตเหล็กเพิ่มขึ้นเพื่อป้อนให้กับภาคก่อสร้าง และอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศตน ส่วนญี่ปุ่นซึ่งปัจจุบันกลายเป็นประเทศผู้ผลิตเหล็กอันดับสามรองจากอินเดีย (ในปี 2561 อินเดียขึ้นมาเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับสองเป็นปีแรก) คาดว่าปริมาณการผลิตเหล็กจะทรงตัวตามความต้องการใช้เหล็กในญี่ปุ่น

**ด้านความต้องการใช้เหล็ก** ในประเทศคาดว่าจะกระเตื้องขึ้น ปี 2565 เล็กน้อย ผลจาก 1) ภาคก่อสร้างที่คาดว่าจะขยายตัวสูงจากทั้งงานโครงสร้างพื้นฐาน และอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ศักยภาพ เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษตะวันออก และตามแนวเส้นทางรถไฟไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และ 2) ภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มขยายตัว จากความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ราคาเหล็กเส้น และเหล็กรูปพรรณ ในประเทศราคาเหล็กหดตัวในช่วงปี 2563-2564 ตามราคาเหล็กโลกที่จะปรับลดลงจากอุปทานส่วนเกินที่ยังเพิ่มขึ้น แต่คาดว่าราคาจะกลับมาขยายตัวได้เล็กน้อยใน ไตรมาสที่ 4/2565 เนื่องจากความต้องการใช้ที่จะเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของภาคก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะมีโครงการก่อสร้างจำนวนมาก



## เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 และแนวโน้มปี 2555. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2554.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548.
- สถิต นิยมญาติ. โครงการคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2546.
- สุภางค จันทวานิช. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549.
- สุรชัย ภัทรบรรเจิด. โครงการศึกษาวิเคราะห์เดือนภัย SMEs รายสาขา (SAW). 2552. <http://www.oknation.net>. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2564.
- วิจัยกรุงศรี: <https://www.krungsri.com>. สืบค้น กันยายน 2564
- Dunne, Patrick and, Robert Lusch. **Retailing. 3<sup>rd</sup>ed.** Fort Worth: The Dryden Press. 1999.
- Kotler, Philip. **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9<sup>th</sup>ed.** New Jersey: Prentice Hall, Inc. 1997.
- Stern, El-Ansary and Coughlan. **Marketing Channels.5<sup>th</sup>ed.** New Jersey: Prentice Hall, Inc. 1996.





## ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร

### องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น: จังหวัดนครราชสีมา

ดร.ณัฐวดี บุญศรีแก้ว  
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น  
จังหวัดนครราชสีมา

Received September 6, 2021, Revised October 5, 2021, Accepted November 20, 2021

#### บทคัดย่อ

ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น บุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า และจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงานของทุกองค์กรถ้าขาดการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การทำงานไม่มีประสิทธิผลล่าช้า และเกิดความเสียหายต่อองค์กร ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ทศนคติที่ดี คุณธรรม และจริยธรรม อันจะทำให้ปฏิบัติหน้าที่ราชการในตำแหน่งนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้บุคลากรมีขวัญ และกำลังใจในการทำงาน นอกจากนี้ได้คำตอบแทนในด้านวัตถุก็ได้รับผลในแง่จิตใจด้วย คือ บุคลากรจะรู้สึกถึงความสำคัญที่หน่วยงานนั้นปฏิบัติต่อตนอย่างมีน้ำใจ ให้โอกาสในการแสดงความสามารถ ให้คำตอบแทนเป็นรางวัล อาจเป็นลักษณะที่เป็นโบนัส โดยให้บุคลากรมีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจ

ดังนั้น ผู้บริหารต้องรู้จักที่วางใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของตนเองตามความรู้ความสามารถของผู้นั้น ฝ่ายบุคลากรจะต้องไม่คิดถึงตัวเองมากเกินไปเมื่อผิดพลาดก็ต้องยอมรับและพร้อมที่แก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติให้ดีขึ้นเพื่อขวัญกำลังใจในการทำงานอย่างมีความสุข และมีเป้าหมายร่วมกัน

คำสำคัญ: ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน.

มจร



## The Morale and Support in the Performance of the personnel Local Administrative Organization: Nakhon Ratchasima Province

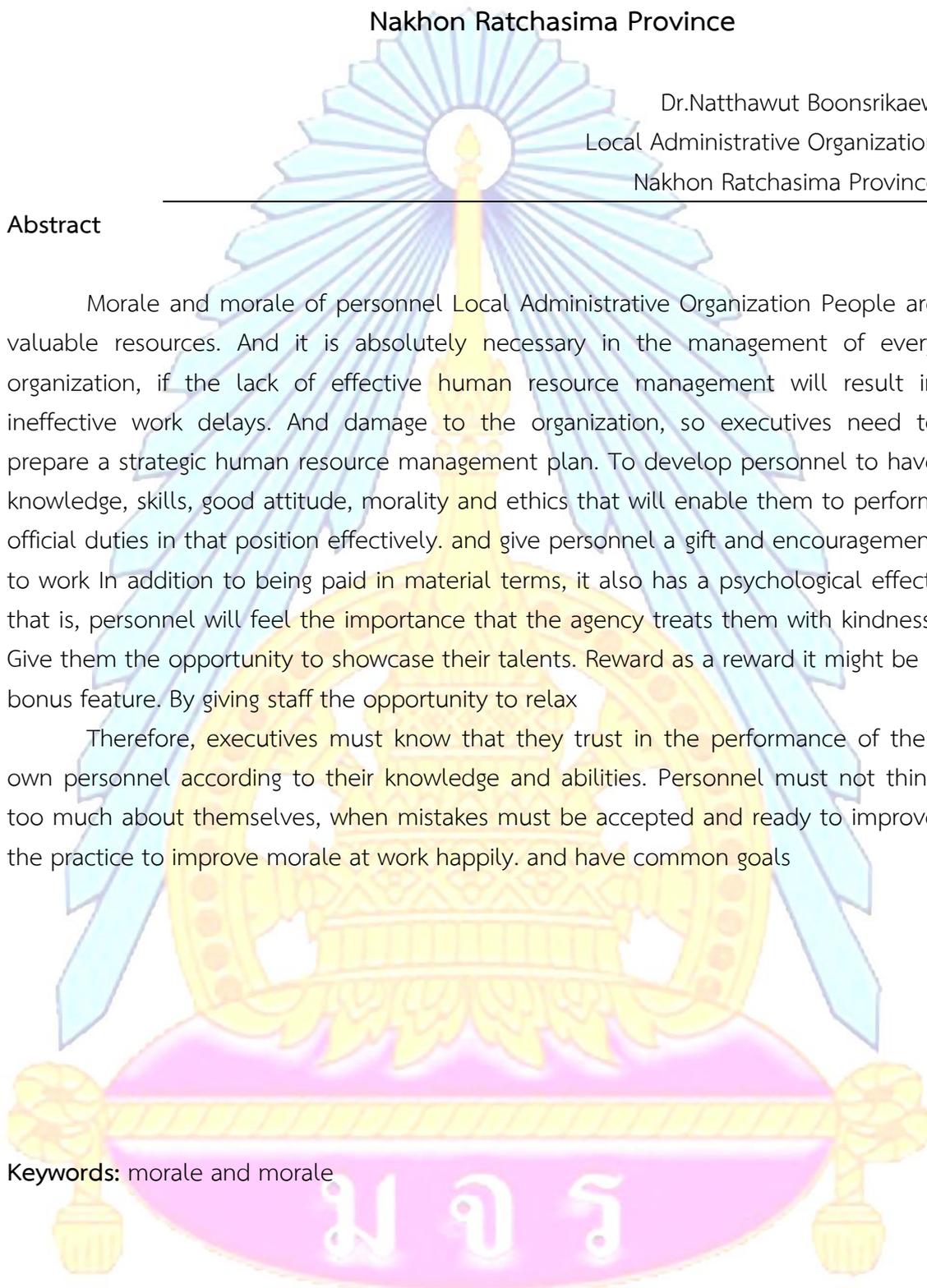
Dr.Natthawut Boonsrikaew  
Local Administrative Organization  
Nakhon Ratchasima Province

### Abstract

Morale and morale of personnel Local Administrative Organization People are valuable resources. And it is absolutely necessary in the management of every organization, if the lack of effective human resource management will result in ineffective work delays. And damage to the organization, so executives need to prepare a strategic human resource management plan. To develop personnel to have knowledge, skills, good attitude, morality and ethics that will enable them to perform official duties in that position effectively. and give personnel a gift and encouragement to work In addition to being paid in material terms, it also has a psychological effect, that is, personnel will feel the importance that the agency treats them with kindness. Give them the opportunity to showcase their talents. Reward as a reward it might be a bonus feature. By giving staff the opportunity to relax

Therefore, executives must know that they trust in the performance of their own personnel according to their knowledge and abilities. Personnel must not think too much about themselves, when mistakes must be accepted and ready to improve the practice to improve morale at work happily. and have common goals

**Keywords:** morale and morale





## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2475 จากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ มาเป็นระบอบประชาธิปไตย ที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข ภายใต้กฎหมายรัฐธรรมนูญ ประเทศไทยได้จัดระเบียบการบริหารราชการ เป็นราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบราชการ บริหารแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2476 โดยในส่วนของราชการส่วนท้องถิ่น ได้มีการจัดตั้ง เทศบาล ขึ้น ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.2476 (ปัจจุบันใช้ พรบ.เทศบาล พ.ศ.2496) การจัดตั้งเทศบาล และสุขาภิบาลก็ยังไม่เป็นไปโดยทั่วถึง ส่วนใหญ่จึงคงอยู่ ภายใต้การปกครองส่วนภูมิภาค ดังนั้น เพื่อแก้ความเหลื่อมล้ำในการปกครองท้องถิ่น ในเขตเทศบาล และสุขาภิบาล กับท้องถิ่นที่อยู่นอกเขตดังกล่าว จึงได้มีการจัดตั้ง องค์การบริหารส่วนตำบลขึ้น โดยตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการ ส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 ให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการส่วนจังหวัด ภายในเขตพื้นที่จังหวัดนอกเขตเทศบาล และเขตสุขาภิบาล ในปี พ.ศ.2537 ก็ได้มีการปรับปรุงการบริหารส่วนท้องถิ่นในส่วนพื้นที่ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ให้มีการบริหารส่วนตำบลขึ้น เป็น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ปัจจุบันกระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศจัดตั้งแล้วทั่วประเทศ 6,397 แห่ง ซึ่งนับว่า เป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบใหม่ที่เล็ก และใกล้ชิดประชาชนในท้องถิ่นมากที่สุด ขณะนี้ได้มีการปรับปรุง พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 โดยกำหนดให้มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบของ อบต. ด้วย แต่ให้มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการในกิจการ ที่ อบต. ดำเนินการไม่ได้ หรือต้องประสานงานร่วมกัน ระหว่าง อบต. หลายแห่ง เป็นต้น

จากเจตนารมณ์ของกฎหมายการปกครองท้องถิ่นไทยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า องค์กรปกครองท้องถิ่นไทย หรือกล่าวในอีกนัยหนึ่ง ก็คือ “ราชการส่วนท้องถิ่น” จึงถูกจัดตั้งขึ้น บนพื้นฐานของแนวความคิดในการ พัฒนาระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ที่ต้องการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น จึงถือได้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็น รากฐานของ ระบอบประชาธิปไตย และ การมีส่วนร่วมของประชาชน ในท้องถิ่น และเป็นกลไกการปกครอง ที่จะ “บำบัดทุกข์ บำรุงสุข” ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นของตน ได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้ เพราะ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมาจากประชาชน ดำเนินกิจการ เพื่อประชาชน และ โดยการกำกับดูแลของ ประชาชน องค์กรปกครองท้องถิ่น จึงเป็นกลไกของการมีส่วนร่วมในเชิงปกครอง หรือในเชิงโครงสร้างของชุมชนท้องถิ่น

## ประชาชนมีความสำคัญอย่างไรต่อ อบต.

การทำให้ประชาชนเกิดความผาสุก มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองความต้องการ เป็นเป้าหมายของ อบต. เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินงานกับ อบต. ด้วย ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, <http://www.dla.go.th>)



(1) คัดเลือกคนดี มีความรู้ความสามารถเหมาะสมเข้าไปมีหน้าที่ ฝ่ายนิติบัญญัติของ อบต. คือ สมาชิกสภา อบต. และฝ่ายบริหาร อบต. คือ นายก อบต. ด้วยการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน ตามกฎหมายเลือกตั้งท้องถิ่น

(2) เข้าไปบริหารงาน อบต. โดยตรง ด้วยการสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิก อบต. หรือนายก อบต.

(3) ลงคะแนนถอดถอนสมาชิกสภา อบต. หรือนายก อบต. ตามที่กฎหมายกำหนดหากเห็นว่าผู้นั้นไม่สมควรดำรงตำแหน่งต่อไป

(4) เข้าซื้อกันเสนอให้สภา อบต. ออกข้อบัญญัติ อบต. ตามที่กฎหมายกำหนด

(5) เข้าฟังการประชุมสภา อบต. อย่างสม่ำเสมอ

(6) ติดตามข้อมูลข่าวสารของ อบต. อย่างสม่ำเสมอ ร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ อบต. จัดขึ้น ตรวจสอบการทำงานและพฤติกรรมของบุคลากร อบต. ให้คำแนะนำหรือสนับสนุนการดำเนินงานของ อบต.

(7) ร่วมจัดทำแผนพัฒนาของ อบต. ทั้งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะ 3 ปีของ อบต. ทุกชั้นตอน

(8) ร่วมเป็นคณะกรรมการในการจัดซื้อ หรือการจัดจ้างโครงการต่างๆ ของ อบต. ทั้งโดยวิธีสอบราคา ประกวดราคา หรือวิธีพิเศษของ อบต. อย่างน้อยคณะละ 2 คน

(9) ปฏิบัติตามกฎหมายบ้านเมือง และข้อบัญญัติของ อบต.

(10) เสียภาษีให้แก่ อบต. อย่างครบถ้วน

(11) ประชาชนจะได้รับความคุ้มครองจากการกระทำฝ่าฝืนต่อความสงบเรียบร้อยหรือสวัสดิภาพของประชาชน หรือละเลยไม่ปฏิบัติตาม หรือปฏิบัติการไม่ชอบด้วยอำนาจหน้าที่ของนายก อบต. รองนายก อบต. ประธานสภา อบต. หรือรองประธานสภา อบต. หากมีพฤติกรรมดังกล่าว นายอำเภอจะดำเนินการสอบสวนแล้วรายงานผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งให้บุคคลดังกล่าวพ้นจากตำแหน่ง

(12) ประชาชนจะได้รับการแก้ไขปัญหา พัฒนาความเป็นอยู่ และได้รับการบริการสาธารณะจาก อบต. ตามอำนาจหน้าที่ของ อบต.

จากบทบาท และสิทธิหน้าที่ของประชาชน ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังกล่าว จึงกล่าวได้ว่า ประชาชน เป็นองค์ประกอบ หรือปัจจัยที่สำคัญ ที่จะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นองค์กรที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กับประชาชนได้ เป็นที่พึ่ง และเป็นหัวหอก ของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ในท้องถิ่น สมดังเจตนารมณ์ของการปกครองท้องถิ่น ในระบอบประชาธิปไตย และการกระจายอำนาจสู่ประชาชนอย่างแท้จริงการปกครองท้องถิ่นที่เป็น “ประชาธิปไตย” และที่ประชาชนมีส่วนร่วม จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ของประชาชนในท้องถิ่นนั้น

### ประเทศไทยมีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

**1. การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป** จัดเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดตั้งขึ้น โดยมีลักษณะหรือองค์ประกอบที่มีความคล้ายคลึงกันทั่วประเทศ แต่ทั้งนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป อาจจะมีหลายประเภทก็ได้ (สมคิด เลิศไพฑูรย์, 2550) เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไปของประเทศไทยจะมีอยู่ด้วยกัน 3 ประเภท (สิวาพร สุขเอียด, ม.ป.ป.) ได้แก่

**องค์กรบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)** มีโครงสร้างการบริหาร คือ สภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้กำกับดูแล



**เทศบาล มีโครงสร้างการบริหาร** คือ สภาเทศบาล และนายกเทศมนตรี โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้กำกับดูแล (โดยแบ่งออกเป็นเทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบล)

**องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีโครงสร้างการบริหาร** คือ สภาองค์การบริหารส่วนตำบล และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีนายอำเภอเป็นผู้กำกับดูแล

**2. การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ** จัดเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีลักษณะหรือองค์ประกอบบางประการแตกต่างไปจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่ว ๆ ไป ความแตกต่างนี้สืบเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ เอง เช่น เป็นท้องถิ่นที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจมาก เป็นท้องถิ่นที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น หรือเป็นท้องถิ่นที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สมคิด เลิศไพฑูรย์, ม.ป.ป.) ได้แก่

**กรุงเทพมหานคร (กทม.) มีโครงสร้างการบริหาร** คือ สภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

**เมืองพัทยา มีโครงสร้างการบริหาร** คือ สภาเมืองพัทยา นายกเมืองพัทยา

**ปัจจุบันประเทศไทยจึงมีรูปแบบการปกครองท้องถิ่น ทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ** (สำนักที่ปรึกษากรมอนามัย, <http://advisor.anamai.moph.go.th>)

- 1) กรุงเทพมหานคร
- 2) เมืองพัทยา
- 3) เทศบาล (แยกเป็นเทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบล)
- 4) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
- 5) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

1) อบต.เกิดขึ้นตามประกาศกระทรวงมหาดไทย โดยมีเกณฑ์พิจารณาดังนี้

1.1 เป็นสภาตำบลที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมา ติดต่อกัน 3 ปี เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 บาท และ

1.2 กฎหมายกำหนดให้สภาตำบล และ อบต. ที่มีประชากรไม่ถึง 2,000 คน ต้องยุบรวมพื้นที่เข้ากับ อบต. อื่นหรือหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีเขตติดต่อกันภายในเขตอำเภอเดียวกัน นอกจากสภาตำบลที่มีสภาพพื้นที่เป็นเกาะหรืออยู่ห่างไกลไม่สามารถติดต่อกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้สะดวก ดังนั้น สภาตำบลที่มีประชากรไม่ถึง 2,000 คน ก็จะไม่ได้รับการพิจารณาจัดตั้งเป็น อบต.

2) ได้มีการประกาศจัดตั้ง อบต. แล้วหลายแห่ง และได้มีประกาศยุบรวม อบต. กับเทศบาล และ อบต. ด้วยกันหลายแห่ง : ปัจจุบันมี อบต. จำนวน 6,636 แห่ง (ข้อมูลได้จากวารสารของมูลนิธิส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น)

“องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด มีพื้นที่เท่ากับตำบลแต่ละตำบล จัดตั้งมาจากสภาตำบลที่มีรายได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดและมีจำนวนราษฎรไม่น้อยกว่า 2,000 คน โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อดูแลทุกข์สุขและให้บริการประชาชนในหมู่บ้าน ตำบล เขต อบต. แทนรัฐบาลกลาง มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และหน้าที่อื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งมีงบประมาณ และพนักงานเจ้าหน้าที่ของ อบต. เอง”



องค์กรปกครองท้องถิ่น จะเข้มแข็งได้อย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กับประชาชนได้อย่างยั่งยืน ประชาชนในท้องถิ่นจำเป็นต้องมีการดำเนินงาน ในลักษณะ “ประชาสังคม” กล่าวคือ มีการรวมตัวของชุมชน เป็นองค์กร หรือ ชมรม หรือ กลุ่มต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ตามความต้องการของชุมชน เพื่อให้ทุกส่วนของชุมชนได้มีส่วนร่วม ทั้งในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การดำเนินการ และติดตามกำกับ การ โดยองค์กรปกครองท้องถิ่นจะเป็นองค์ภาคหนึ่งที่สำคัญ และมีบทบาทร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ของชุมชนนั้น ในการดำเนินการพัฒนาสังคมไทยสืบไป

### ขวัญกำลังใจในการทำงาน

การเสริมสร้างขวัญกำลังใจมีผลทำให้บุคคลากรมีขวัญดี ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะพนักงานย่อมมีความเต็มใจที่จะเสียสละเพื่อองค์กร หรือส่วนรวมเป็นสิ่งที่มากกว่าที่จะคาดหวังบำเหน็จรางวัลแก่ตนเอง ในทางตรงกันข้ามผู้ที่ขวัญกำลังใจไม่ดี ก็จะมีปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนมากกว่าผลสำเร็จขององค์กร

ความหมาย ขวัญกำลังใจในการทำงาน คือ ความสามารถในการปฏิบัติงานของกลุ่มบุคคลผู้ที่มีความเห็นตามความหมายนี้ได้แก่ Dessler (1994: 10) กล่าวว่าขวัญกำลังใจในการทำงานของพนักงาน นับเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่มีผลให้พนักงานมี Commitment ที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจทำงานให้กับ องค์กรนั้น เช่นเดียวกับ สตาห์ล และคณะ (Stahl and Others, 1956: 199; อ้างใน วิชล ฐรภาคพิบูล, 2535: 12) ซึ่งให้ความหมายว่าขวัญ หมายถึง ความสามารถของกลุ่มบุคคลในการร่วมปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามความมุ่งหมาย การร่วมมือกันนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อสมาชิกของกลุ่มมีความเข้าใจ และมีความเชื่อมั่นในวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เชื่อมั่นในระหว่างสมาชิกด้วยกัน และเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของการบริหารงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ นิโกร (Nigro, 1963 : 383 ; อ้างใน วิชล ฐรภาคพิบูล, 2535 :12) ที่กล่าวว่า ขวัญคือทัศนคติของบุคคลแต่ละคนและกลุ่ม ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และที่มีต่อความร่วมมือร่วมใจในการทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานที่ดีที่สุดขององค์กร และสอดคล้องกับงานของ สแตน (Stan, 1975: 150; อ้างใน วิชล ฐรภาคพิบูล, 2535: 12) ที่กล่าวว่าขวัญ หมายถึง ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์กรโดยทั่ว ๆ ไป หรือปัจจัยต่าง ๆ ของงาน เช่นการปกครองบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทนในการทำงาน สำหรับ ความเห็นของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 128) กล่าวว่า พนักงานที่มีขวัญดี จะมีความรับผิดชอบในงานสูง มีความพอใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบร่วมกับปัจจัยอื่น เช่น อายุ ประสิทธิภาพ เงินเดือน และตำแหน่ง

กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process) เป็นกรอบความคิดแบบหนึ่งเพื่อให้องค์กรที่ต้องการจัดการความรู้ภายในองค์กรได้มุ่งเน้นถึงปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กรที่จะมีผลกระทบต่อจัดการความรู้ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบดังนี้

1) การเตรียมการและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม – เช่นกิจกรรมการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากผู้บริหาร (ที่ทุกคนมองเห็น), โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร, ทีม/หน่วยงานที่รับผิดชอบ, มีระบบการติดตาม และประเมินผล, กำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จชัดเจน



2) การสื่อสาร - เช่นกิจกรรมที่ทำให้ทุกคนเข้าใจถึงสิ่งที่องค์กรจะทำประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับทุกคนแต่ละคนจะมีส่วนร่วมได้อย่างไร

3) กระบวนการ และเครื่องมือ - ช่วยให้การค้นหาเข้าถึงถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนความรู้ สะดวกรวดเร็วขึ้นโดยการเลือกใช้กระบวนการและเครื่องมือขึ้นกับชนิดของความรู้, ลักษณะขององค์กร (ขนาด, สถานที่ตั้ง ฯลฯ), ลักษณะการทำงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ทรัพยากร

4) การเรียนรู้- เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญและหลักการของการจัดการความรู้โดยการเรียนรู้ต้องพิจารณาถึงเนื้อหา, กลุ่มเป้าหมาย, วิธีการ, การประเมินผลและปรับปรุง

5) การวัดผล - เพื่อให้ทราบว่า การดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่, มีการนำผลของการวัดมาใช้ในการปรับปรุงแผน และการดำเนินการให้ดีขึ้น, มีการนำผลการวัดมาใช้ในการสื่อสารกับบุคลากรในทุกระดับให้เห็นประโยชน์ของการจัดการความรู้และการวัดผลต้องพิจารณาด้วยว่าจะวัดผลที่ขั้นตอนไหนได้แก่วัตรระบบ (System), วัดที่ผลลัพธ์ (Output) หรือวัดที่ประโยชน์ที่จะได้รับ (Outcome)

6) การยกย่องชมเชย และให้รางวัล - เป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในทุกระดับโดยข้อควรพิจารณาได้แก่ค้นหาความต้องการของบุคลากร, แรงจูงใจระยะสั้น และระยะยาวบูรณาการกับระบบที่มีอยู่ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกิจกรรมที่ทำในแต่ละช่วงเวลา

ขวัญกำลังใจในการทำงาน หมายถึง สภาพทางจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อพฤติกรรมของคนที่มาต่อปัจจัยองค์ประกอบในงานและสภาพแวดล้อมของงาน เช่น ลักษณะงานที่รับผิดชอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความก้าวหน้าในงาน เงินเดือน สวัสดิการ ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน การสื่อสารภายในองค์กร การปกครองบังคับบัญชา ซึ่งส่งผลให้บุคคลมีความกระตือรือร้น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความตั้งใจทำงานอุทิศร่างกายแรงใจของตน เพื่อสนองความต้องการและวัตถุประสงค์ขององค์กร มีความร่วมมือกัน และพยายามต่อสู้อุปสรรคที่มาขัดขวางเพื่อไปให้ถึงจุดหมายที่กำหนดไว้ ขวัญกำลังใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในทุก ๆ องค์กร ที่มุ่งเน้นการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ และต้องการบรรลุถึงประสิทธิผล

## ปัจจัยสร้างขวัญกำลังใจ

ขวัญกำลังใจเป็นสภาพทางจิตใจ หรือความรู้สึกนึกคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรม หรือความสามารถในการทำงาน โดยแสดงออกในแง่ของความตั้งใจกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงาน การสร้างขวัญกำลังใจเป็นภาระสำคัญของผู้บังคับบัญชา ซึ่ง ปรียาพร, (2544 : 141 – 143) ได้เสนอวิธีการเสริมสร้างขวัญกำลังใจไว้ดังนี้

### ทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับการเสริมสร้าง ขวัญกำลังใจในการทำงาน

ในการศึกษา เรื่องขวัญกำลังใจต้องมีความเข้าใจในความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และเรื่องของการจูงใจ เพราะแรงจูงใจกับขวัญกำลังใจมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในการที่ฝ่ายบริหารพยายามหาช่องทางให้บุคคลได้รับการตอบสนองแรงจูงใจของตนได้อย่างเหมาะสม ย่อมทำให้บุคคลนั้น



เกิดความพึงพอใจและมีขวัญกำลังใจที่ดี ซึ่งจะส่งผลถึงการมีผลงานที่ดีตามไปด้วย แรงจูงใจที่แพร่หลาย และจะขอนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของคนทำงาน 2 ทฤษฎี คือ

**1.ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Abraham Maslow ได้เสนอว่าความต้องการของมนุษย์มีอยู่ 5 ลำดับขั้น คือ**

1). ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการ ขั้นพื้นฐานหรือความต้องการทางร่างกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น

2). ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security and Safety Needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยทั้งทางร่างกาย เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุอันตรายใดๆ และความปลอดภัยหรือความมั่นคงทางจิตใจ ความมั่นคงในอาชีพ ถ้าคนเราทำงานด้วยความรู้สึกหวั่นไหวอยู่ตลอดเวลา ถึงความมั่นคงของตำแหน่งที่ทำดีอยู่แล้วแต่งานที่ทำไปย่อมไม่เป็นผลดีต่อองค์กร หัวหน้าจึงมีหน้าที่จะจัดให้คนงานรู้สึกถึงความมั่นคงในการทำงาน เช่น การปลดออกหรือไล่ออก ควรมีการพิจารณาอย่างไร ระบบความชอบพอส่วนตัว (favoritism) การเลือกปฏิบัติ (discrimination) เป็นสิ่งที่กระทบกระเทือนทำให้ ขวัญ และกำลังใจ ของคนงานมากที่สุด

3). ความต้องการทางด้านสังคม (social of belonging Needs) เมื่อความต้องการ 2 ประการแรก ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่อยู่ในระดับสูงกว่าก็จะเข้ามาครอบงำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ความต้องการทางสังคม หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นการเข้าร่วมและได้รับการยอมรับเป็นมิตรภาพและความรักจากเพื่อนร่วมงาน ความต้องการในขั้นนี้ของบุคคลเป็นความต้องการที่จะให้บุคคล หรือเพื่อนร่วมงานยอมรับในความสำเร็จของงาน องค์กรยอมรับตอบสนองความต้องการของลูกจ้าง โดยการให้ลูกจ้างสามารถแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

4). ความต้องการการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) ความต้องการ การยอมรับนับถือสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การยอมรับนับถือจากบุคคลทั่วไป เช่น การได้รับการเอาใจใส่ การได้รับเกียรติยกย่องและ 2) การยอมรับนับถือ ตนเอง เช่น ความปรารถนาที่จะไปสู่ความสำเร็จ (Achievement) ความเป็นตัวของตัวเอง (Independence) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Confidence) และความมีอิสระ (Freedom) โดยปกติบุคคลทั่วไปจะวัดความสำเร็จจากการ ทำงาน เช่น การเลื่อนขั้น การเพิ่มกำไรให้บริษัท การได้รับผลประโยชน์อื่น ๆ ในการปฏิบัติงาน

5). ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Self-Actualization) บุคคลแต่ละคนต้องการที่จะเป็นคนที่มีความสามารถ ต้องการสิ่งที่จะเสนอ ซึ่งประสิทธิภาพที่ตนเองอาจแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ

**Maslow มีสมมติฐานเรื่องพฤติกรรม ความต้องการทางด้านแรงจูงใจ คือ**

1) มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้น ขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีสิ้นสุดและจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งถึงตาย

2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้น ที่เป็นจูงใจของพฤติกรรม กล่าวคือ เมื่อต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที



3) ความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะจากต่ำไปสูง (Hierarchy of Needs) เมื่อได้รับความต้องการขั้นต่ำแล้วจะต้องการในขั้นสูงขึ้นไปเรื่อยๆ

## 2. ทฤษฎี Motivation-Hygiene หรือทฤษฎีสองปัจจัย ของ Frederick Herzberg (1974)

สรุปได้ว่าความพอใจ (อ้างใน อนุรัช , 2544 : 8) หรือความไม่พอใจในงานที่ทำมาจากปัจจัย 2 กลุ่ม คือ

1) ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เพราะสามารถตอบสนองกับความต้องการภายใน ได้แก่ ความสำเร็จในงานที่ทำ หมายถึง ความสามารถในการทำงานได้สำเร็จ สามารถแก้ไขปัญหาได้ซึ่งทำให้เกิดความภูมิใจในความสามารถของตนเองและผลงานที่ทำ ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจ ที่ได้รับความไว้วางใจให้รับผิดชอบ และมีอำนาจตัดสินใจโดยไม่มี การควบคุมอย่างใกล้ชิดความก้าวหน้า หมายถึง การได้เลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น หรือได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ

2) ปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลโดยอ้อมต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ เงินเดือน และการเลื่อนขั้นเงินเดือนโอกาสได้รับความก้าวหน้าในอนาคต หมายถึง โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและการเพิ่มทักษะในอาชีพความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็น กิริยา วาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันความเข้าใจและปรารถนาดีต่อกันสภาพ อาชีพ หมายถึง ตำแหน่งหน้าที่ และการยอมรับนับถือของสังคมนโยบายและการบริหาร หมายถึง การจัดการ การบริหาร และการติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กร

สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภาพ เช่น แสง เสียง อากาศ ตลอดจนสิ่งแวดล้อม อุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความรู้สึกต่อชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งเป็นผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานความมั่นคงในการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ และองค์การที่ปฏิบัติงานอยู่วิธีการปกครองบังคับบัญชา ความสามารถของผู้บริหาร ความยุติธรรม ตลอดจน วิธีการบริหารองค์การ

จากทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮอร์เบริก หากองค์การได้จัดสิ่งแวดล้อมในการทำงาน หรือมี สุกลักษณะปัจจัยที่เหมาะสม ซึ่งทำให้พนักงานมีความไม่พอใจน้อยลง และ ขณะเดียวกันก็เร่งสร้าง ปัจจัยจูงใจเพิ่มขึ้น พนักงานก็จะทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และกำลังความคิดปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

### การจัดการความรู้

มีผู้รู้ได้กล่าวถึง KM หลายแง่หลายมุมที่อาจรวบรวมมาซึ่งคำตอบว่าหัวใจของ KM อยู่ที่ไหนได้โดยอาจกล่าวเป็นลำดับขั้นหัวใจของ KM เหมือนกับลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of needs) ของ McGregor ได้โดยเริ่มจากข้อสมมุติฐานแรกที่เป็นสากลที่ยอมรับทั่วไปว่าความรู้ คือ พลัง (DOPA KM Team)

1. Knowledge is Power: ความรู้ คือ พลัง

2. Successful knowledge transfer involves neither computers nor documents but rather in interactions between people. (Thomas H Davenport): ความสำเร็จของการถ่ายทอดความรู้ไม่ใช่อู่ที่คอมพิวเตอร์หรือเอกสารแต่อยู่ที่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนด้วยกัน

3. The great end of knowledge is not knowledge but action: จุดหมายปลายทางสำคัญของความรู้มิใช่ที่ตัวความรู้แต่อยู่ที่การนำไปปฏิบัติ



4. Now the definition of a manager is somebody who makes knowledge productive: นิยามใหม่ของผู้จัดการคือผู้ซึ่งทำให้ความรู้ผลิตออกอภผล

### องค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อขวัญกำลังใจ

องค์ประกอบของขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานนั้นขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติงาน และผู้บริหาร หรือผู้บังคับบัญชา ที่จะยึดเอาองค์ประกอบใดเป็นสิ่งสำคัญต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน (เสนาะ ตี เยาว์, 2539, หน้า 299-300) ซึ่งมีความแตกต่างจากแนวคิดที่ว่า ขวัญในการทำงาน เปรียบไปก็คล้าย สุขภาพของร่างกายมนุษย์เป็นได้ทั้งอ่อนแอ และแข็งแรงจึงต้องหมั่นออกกำลังกาย และตรวจสุขภาพ ความต้องการให้องค์การดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ต้องหมั่นตรวจตราขวัญในการท างานของ บุคคลในองค์การ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาขวัญของกลุ่มขวัญขององค์การว่ามีขวัญดีหรือไม่ดีควร พิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของขวัญ (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, หน้า 138-139) ดังนี้

1) ลักษณะท่าทาง และบทบาทของผู้นำหรือหัวหน้างานที่มีต่อผู้บังคับบัญชาสัมพันธ์ภาพ ระหว่างกันของผู้บังคับบัญชา และพนักงานมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างขวัญ และความสำเร็จของ องค์การ

2) ความพึงพอใจในหน้าที่การงานที่ปฏิบัติอยู่ เพราะในการปฏิบัติงาน ถ้าได้ทำงานที่ตนพึง พพอใจ ย่อมได้ผลกว่าการปฏิบัติงานที่ตนไม่พึงพอใจ

3) ความพึงพอใจต่อจุดมุ่งหมายหลัก นโยบายการดำเนินงานขององค์การ และระบบการ บริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดขวัญในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น

4) การให้บำเหน็จรางวัล การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งแก่ผู้ที่ปฏิบัติงานดียอมเป็นแรงจูงใจ ให้ผู้ได้บังคับบัญชามีความขยันขันแข็งในการท างานอย่างมีใจและมีขวัญดี

5) สภาพการทำงาน ควรจะให้ถูกต้องตามสุขลักษณะ มีอากาศถ่ายเท มีแสงสว่างเพียงพอมี เครื่องมือเครื่องใช้ในการปฏิบัติงานเพียงพอต่อการทำงาน

6) สุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งสภาพทางร่างกาย และสภาพจิตใจมีผลอย่างมากต่อการ ทำงาน เมื่อใดที่ผู้ปฏิบัติงานมีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ ย่อมไม่สามารถทำงานให้เกิดผลดี ได้มี องค์ประกอบที่มีผลต่อขวัญ และกำลังใจในการทำงาน คือ การติดต่อสื่อสาร และความเข้าใจดีต่อกัน ชั่วโมงในการท างานที่เหมาะสม การแข่งขันที่เป็นการแข่งขันกับตนเอง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลใน การทำงาน ความสัมพันธ์กับทำงานจากเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน สภาพการทำงาน ความศรัทธา ในหัวหน้างาน วิธีการบริหารงานของหัวหน้างาน ความพึงพอใจในการทำงาน

ลักษณะของขวัญ และกำลังใจทั้ง 6 ประการสามารถตั้งข้อสังเกตที่แสดงว่าบุคคลมีขวัญ และกำลังใจดีมีลักษณะอาการที่แสดงว่าขวัญ และกำลังใจดีนั้น สามารถแสดงออกได้ ดังนี้ผู้ร่วมงาน จะมีความรักใคร่สามัคคีกลมเกลียวกันดี ซึ่งมีไม่เกิดจากแรงกดดันภายนอก สมาชิกมีความขัดแย้งกัน น้อย และกลุ่มสามารถแก้ปัญหากันได้ กลุ่มจะมีการพัฒนา และเจริญเติบโตประสบผลสำเร็จอยู่เสมอ สมาชิกได้รับความดึงดูดใจ และความเชื่อถือเพิ่มขึ้นในระหว่างหมู่สมาชิกของกลุ่มเดียวกัน สมาชิกมี ความเห็นสอดคล้องกันในเป้าหมาย และคุณค่าเดียวกัน สมาชิกมีความเห็นพ้องต้องกันในวัตถุประสงค์ รูปแบบของผู้นำยินยอมให้ผู้ดำเนินการไปตามความเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม และ กลุ่มมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าเพื่อดำรงรักษาความเป็นอยู่อย่างเดิมไว้ได้อย่างไรก็ตามสิ่งที่เห็นได้ง่าย



ที่สุดนั้นก็คือพฤติกรรมของบุคลากรที่ผ่านการสังเกตเห็นได้แม้ว่าจะบังคับพฤติกรรมของตนเองอย่างไร แต่เมื่อถึงจุด ๆ หนึ่งทุกคนจะอยู่ในสภาพจอมปลอมมิได้ กล่าว พฤติกรรมของมนุษย์แม้ว่าจะปกปิดอย่างไรก็จะถูกเปิดเผยเมื่อถึงเวลาอันสมควร และผู้ที่อยู่รอบตัวผู้นั้นจะรู้เห็นได้ในขณะนั้น (Milton, 1981, p.14) ดังนั้นลักษณะของขวัญและกำลังใจโดยมวลรวมแล้วจะแปลงผลเป็นความรู้สึกดีในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข ไร้สภาวะกดดันจากเพื่อนร่วมงาน จากผู้บังคับบัญชามีการช่วยเหลือกันอย่างมากระหว่างมีกิจกรรมใด ๆ ขององค์กรทุกคนจะให้ความร่วมมือด้วยความเต็มใจมากกว่าจะหาข้ออ้างเพื่อการหลีกเลี่ยงต่อการเข้าสังสรรค์

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ ขวัญกำลังใจในการทำงาน

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อขวัญกำลังใจในการทำงาน ได้มีผู้ศึกษาวิจัยไว้เป็นจำนวนมาก จากการศึกษาผลการวิจัยโดยรวมพบว่า มีปัจจัยส่วนใหญ่ใกล้เคียงกัน จะแตกต่างกันบ้างในรายละเอียด งานวิจัยที่สรุปเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อขวัญกำลังใจในการทำงานมีดังนี้

ปรียาพร (2544: 138) ได้ระบุถึงปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อขวัญกำลังใจ ในการทำงาน ได้แก่

- 1) การติดต่อสื่อสารและความเข้าใจดีต่อกัน
- 2) ชั่วโมงในการทำงานที่เหมาะสม
- 3) การแข่งขันที่เป็นการแข่งกับตนเอง
- 4) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการทำงาน
- 5) ความร่วมมือกันทำงานจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน
- 6) สภาพการทำงาน
- 7) ความศรัทธาในหัวหน้างาน
- 8) วิธีการบริหารงานของหัวหน้างาน
- 9) ความพึงพอใจในการทำงาน

Dessler (1994: 10) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ มีขวัญกำลังใจที่ดีต่องานของตน ได้แก่

- 1) คุณค่าของงานที่ทำ
- 2) สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความมั่นคงปลอดภัย
- 3) เงินเดือน และสวัสดิการที่พอเพียง
- 4) มีความมั่นคงในงาน
- 5) การปกครองบังคับบัญชา
- 6) การประเมินผลการปฏิบัติงาน
- 7) โอกาสในการเรียนรู้และเติบโตในงาน
- 8) โอกาสในการก้าวหน้าด้วยระบบคุณธรรม (Merit System)
- 9) บรรยากาศการทำงานที่ดี
- 10) การได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรม และเท่าเทียม



Keith (1972: 64; อ้างใน วิชล, 2535: 28) ระบุว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขวัญกำลังใจ ได้แก่

- 1) ภาวะผู้นำที่ดี
- 2) ขาวสารข้อมูล
- 3) การได้รับการปฏิบัติอย่างสมศักดิ์ศรีแห่งมนุษย์
- 4) โอกาสก้าวหน้า
- 5) การมีอิสระเสรีในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผู้ปฏิบัติงาน
- 6) การมีสังคมและเคารพนับถือซึ่งกันและกัน
- 7) ความมั่นคงปลอดภัย
- 8) สภาพการทำงานที่ชอบด้วยเหตุผล
- 9) งานที่ประกอบไปด้วยสาระและประโยชน์
- 10) การได้รับการปฏิบัติด้วยความเป็นธรรม

Flippo (1966: 368 – 369; อ้างใน วิชล, 2535: 29) เสนอปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขวัญกำลังใจคือ

- 1) เงินเดือน
- 2) ความปลอดภัยในการทำงาน
- 3) การมีเพื่อนร่วมงานที่เข้ากันได้
- 4) การได้รับความไว้วางใจที่จะปฏิบัติงานให้ลุล่วง
- 5) การได้ปฏิบัติงานที่มีความสำคัญ
- 6) โอกาสก้าวหน้า
- 7) สภาพการทำงานที่สะดวกสบายปลอดภัย และมีสิ่งจูงใจต่าง ๆ
- 8) การมีภาวะผู้นำที่มีความสามารถ และยุติธรรม

การแบ่งผลประโยชน์ เป็นการให้บุคคลากรมีผลประโยชน์ตอบแทนจากสิ่งที่ตนเองปฏิบัติ โดยการตอบแทนในด้านเศรษฐกิจ นอกจากได้ค่าตอบแทนในด้านวัตถุที่ได้รับผลในแง่จิตใจด้วย คือ บุคคลากรจะรู้สึกถึงความสำคัญที่หน่วยงานนั้นปฏิบัติต่อตนอย่างมีน้ำใจ ให้โอกาสในการแสดงความสามารถ ให้ค่าตอบแทนเป็นรางวัล อาจเป็นลักษณะที่เป็นโบนัส โดยให้บุคคลากรมีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจ เช่น มีสโมสรเป็นที่เล่นกีฬา ดนตรี มีงานสังสรรค์ตามโอกาสเพื่อลดความซ้ำซากจำเจจากงานประจำ เปิดโอกาสให้บุคคลากรได้พักผ่อน ทำความรู้จักสร้างความคุ้นเคยสนิทสนม และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม ที่สามารถก่อให้เกิดความร่วมมือกันภายในกลุ่ม ก็ทำให้เกิดการสร้างเป้าหมายร่วมกัน ช่วยให้เกิดความก้าวหน้าของบุคคลากรเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลากรได้เข้าไปมีส่วนร่วมกันอย่างแท้จริง และอย่างมีความหมายต่อการที่จะประสบความสำเร็จ ข้อเสนอแนะนั้น ๆ ก็ สามารถช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจได้

มจร



## สรุป

บุคคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า และจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงานของทุกองค์กรถ้าขาดการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การทำงานไม่มีประสิทธิผลล่าช้า และเกิดความเสียหายต่อองค์กรดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ทักษะ ทักษะที่ดี คุณธรรมและจริยธรรม อันจะทำให้ปฏิบัติหน้าที่ราชการในตำแหน่งนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้บุคลากรมีขวัญ และกำลังใจในการทำงาน บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานสำเร็จหรือไม่ ขวัญกำลังใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจ ผู้บริหารจึงต้องใช้ภาวะผู้นำในการเสริมสร้างแรงจูงใจทั้งภายนอก และภายใน บทบาทหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรไม่ได้แตกต่างไปจากบทบาทหน้าที่ในครอบครัวแต่ละบทบาทหน้าที่ย่อมมีสิ่งที่จะต้องปฏิบัติต่อกันในฐานะอาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งบทบาทหน้าที่ของตนจะสะท้อนความรู้ความสามารถ และศักยภาพออกมาอย่างเป็นรูปธรรมที่เรียกว่า ตัวชี้วัดผลงาน หรือการประเมินผลงานในรอบปีตามศักยภาพที่มี ซึ่งทำให้เห็นว่าการประเมินดังกล่าวจะเป็นปัญหาด้านขวัญ และกำลังใจโดยตรงเพราะเมื่อบุคลากรที่ทำงานมากกับบุคลากรที่ทำงานน้อยมีผลการประเมินเท่ากันนั้นก็แสดงว่า ความเท่าเทียมเริ่มที่ไม่ปรากฏที่มีความผิดพลาดขั้นตอนใดขั้นหนึ่ง อีกทั้งในองค์กรทั้งเอกชน และราชการ

ดังนั้น ผู้บริหารต้องรู้จักที่วางใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของตนเองตามความรู้ความสามารถของผู้นั้น ฝ่ายบุคลากรจะต้องไม่คิดถึงตัวเองมากเกินไปเมื่อผิดพลาดก็ต้องยอมรับและพร้อมที่แก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติให้ดีขึ้นเพื่อขวัญกำลังใจในการทำงานอย่างมีความสุข และมีเป้าหมายร่วมกัน

## เอกสารอ้างอิง

- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. จิตวิทยาบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพมหานคร. 2544.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์, กฎหมายการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: เอ็กสเปอร์เน็ท. 2550.
- สมคิด บางโม.. องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒน์. 2548.
- เสนาะ ตีเยาว์.การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2539.
- สิวาพร สุขเอียด. การปกครองส่วนท้องถิ่น. สืบค้นจาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=%>. 2559.
- สำนักที่ปรึกษากรมอนามัย, สืบค้นจาก / <http://advisor.anamai.moph.go.th>
- Dessler, Gary. **Human Resource Management**. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall. 2003.
- Dessler, G. (1988). **Personnel management**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Keith, D. D. **Human behavior at work- human relations and organization behavior**. New Planner. 1972.
- Herzberg, F. Federick; Mausner, Bernard; and Synderman, Block the Motivation to Work.New York: John Willey. 1959.
- Flippo,E.B. **Management: Bchavior Approach**. Boston: Allyn and Bacon. 1969.



## นวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผ่านระบบออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชัน

ผศ.ดร.ขจรพงศ์ คำดี  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 25, 2021, Revised October 20, 2021, Accepted December 2, 2021

### บทคัดย่อ

การจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ผ่านระบบออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชันที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 นี้ เทคโนโลยีสารสนเทศได้ทำลายกำแพง ภูมิวิถึวการศึกษา เข้าถึงทุกระบบของการศึกษาในระดับคุณภาพที่สำคัญ คือ ลดการเลื่อมล้ำทางการศึกษา แอปพลิเคชัน นับว่าได้ก้าวเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้อันเกิดจากเครือข่ายไร้สาย ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกระดับ ทุกเวลา ทุกสถานที่ โดยมีอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์หรือที่เรียกว่า PDA, คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เป็นต้น ได้กลายเป็นอุปกรณ์สำคัญปัจจุบันได้เพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงเป็นช่องทางของนักการศึกษาที่จะนำองค์ความรู้ต่าง ๆ สร้างเป็นบทเรียนสำเร็จรูปเพื่อเข้าถึงชุมชน

ศักยภาพของเทคโนโลยีสามารถย่อโลกทั้งใบให้แคบลง เป็นโลกไร้พรมแดน สามารถเข้าสู่แหล่งการเรียนรู้ได้เมื่อต้องการ ทุกเวลา ทุกสถานที่ อนาคตข้างหน้าการเรียนรู้แบบ ระบบออนไลน์ ได้แพร่หลายในเวลา นี้ บทเรียนสำเร็จรูป แอปพลิเคชัน สื่ออิเล็กทรอนิกส์เห็นควรนำมาพัฒนาควบคู่ไปกับการศึกษา บทบาทของ แอปพลิเคชัน จะช่วยแก้ปัญหาด้านการเรียนการสอนในอนาคต เพราะการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีได้ก้าวหน้าไปไกล การพัฒนาสื่อดังกล่าวจะช่วยลดข้อบกพร่องของการเรียนการสอนได้ในที่สุด เพราะโทรศัพท์มือถือเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายไร้สายจึงสะดวกสำหรับการพกพา การใช้โทรศัพท์มือถือจะช่วยให้ผู้เรียนสนใจ ติดตามเนื้อหาบทเรียนเหมือนการเล่นเกม เรียนรู้แบบเวลาจริง ข้อมูลจึงทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และค่าใช้จ่ายโดยรวมจะถูกกว่าบทเรียนที่ผ่านไมโครคอมพิวเตอร์

คำสำคัญ: สื่อการเรียนรู้, ระบบและวิธีการเรียนรู้

มจร



## Innovative teaching and learning management with mobile technology via online application.

Asst.Prof.Dr.Khajohnpong Khmdee  
Phitsanulok University

---

### Abstract

Teaching and learning with mobile technology through online with applications that are gaining popularity in the early 21st century. Information technology has broken the barriers. Revolutionary education Access to all systems of education at an important quality level, which is to reduce the delusion of education. Applications are considered a step into a learning society caused by wireless networks. That can reach people of all levels, anytime, anywhere, with portable communication devices such as mobile phones, computers known as PDAs, notebook computers, etc., have become increasingly important devices nowadays. Therefore, it is a channel for educators to bring various knowledge to create ready-made lessons to reach the community.

The potential of technology can shrink the whole world. a world without borders Can access learning resources when needed, anytime, anywhere. The future of online learning is prevalent at this time. Ready-made lessons, applications, electronic media should be developed in parallel with education. The role of applications will help solve teaching problems in the future. Because the development of technology media has advanced far the development of such media will ultimately reduce the shortcomings of teaching and learning. Because the phone is connected to a wireless network, it is convenient for portability. Using a mobile phone will help learners to pay attention. Follow the lesson content like playing a game. real time learning The information is therefore up-to-date in accordance with the current situation. And the overall cost is cheaper than the

**Keywords:** Media for learning, Systems approach to learning



## บทนำ

ปัจจุบันพบว่า มีความสับสนในด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในหลากหลายด้าน อาทิ ในเรื่องของนวัตกรรมทางการศึกษา มีความสับสนกันระหว่าง ระบบและวิธีการเรียนรู้ (Systems approach to learning) กับสื่อการเรียนรู้ (Media for learning) นักการศึกษาหลายรายมองเห็น คอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีสถานะเพียงแค่ว่า สื่อ ซึ่งแท้จริงแล้ว คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) ซึ่งชื่อก็บอกชัดเจนว่าช่วยในการสอน จึงเป็นมากกว่าสื่อ จะถือได้ว่า คอมพิวเตอร์ช่วยสอนนั้น คือ ระบบการเรียนรู้ คอมพิวเตอร์ช่วยสอน หรือที่รู้จักในชื่อของ CAI (Computer Assisted Instruction) เป็น นวัตกรรมที่อยู่ในรูปของระบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง และอยู่ในลักษณะสื่อการเรียนการสอนด้วยเช่นกัน คอมพิวเตอร์ช่วยสอนจัดเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมานาน มากกว่า 20 ปี ที่ครั้งหนึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมที่เฟื่องฟูมาก ๆ ในวงการศึกษาดูโดยเฉพาะครู รวมถึงวงการธุรกิจเพื่อการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร ในยุคนั้นถือได้ว่า CAI เป็นสื่อที่อยู่ในรูปของ CD-Rom Based System การสร้างชุดคอมพิวเตอร์ช่วยสอนในระยะแรกเป็นการพัฒนาจากโปรแกรมทางภาษา และจากโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ (โปรแกรม Authorware, Director, ToolBook หรือแม้กระทั่งโปรแกรม Flash) แม้ว่า CAI เต็มระบบจริงๆ จะเหมือนตายไปจากวงการศึกษาก็ตาม แต่ CAI ที่อยู่ในลักษณะสื่อเรียนรู้เฉพาะเนื้อหาสั้นๆ ขนาดเล็ก หรือที่เรียกว่า หน่วยความรู้เฉพาะเรื่อง (learning object) ยังคงมีผู้สร้างนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งสามารถศึกษาเรียนรู้เรื่อง learning object

M-Learning (mobile learning) คือ การจัดการเรียนการสอนหรือบทเรียนสำเร็จรูป (Instruction Package) ที่นำเสนอเนื้อหา และกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีไร้สาย (wireless telecommunication network) และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตผู้เรียนสามารถเรียนได้ทุกที่และทุกเวลา โดยไม่ต้องเชื่อมต่อโดยใช้สายสัญญาณ ผู้เรียนและผู้สอนใช้เครื่องมือสำคัญ คือ อุปกรณ์ประเภทเคลื่อนที่ได้โดยสะดวกและสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องใช้สายสัญญาณแบบเวลาจริง ได้แก่ Notebook Computer, Portable computer, Tablet PC, Cell Phones ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า บทบาทการใช้โทรศัพท์มือถือได้กลายเป็นปัจจัยหลักของผู้คนในปัจจุบันและยิ่งจะทวีได้รับความนิยมน้อยอย่างสูงมากขึ้น ครูผู้สอนจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนการสอนในยุคใหม่และหาช่องทางเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน ด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย

นอกจากโปรแกรมดังที่กล่าวในข้างต้น ยังมีอีกหลายโปรแกรมที่ถูกผลิต พัฒนามาให้นักพัฒนาสื่อได้เลือกใช้ ซึ่งท่านสามารถ ศึกษาเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ หรือ นิตยสารด้านคอมพิวเตอร์ต่างๆ ไป สำหรับผู้ที่คิดจะพัฒนาสื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอน นอกจากจะต้องมีทักษะ ในการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้แล้ว ยังต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้โปรแกรม หรือภาษาคำสั่งเป็นอย่างดี



## ความเป็นมาของโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์แบบพกพา สู่การเรียนรู้แบบ

### M-Learning

#### New normal กับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง

“New normal” ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์ "New normal" เพิ่มเข้ามา โดย รศ. มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายคำนี้ผ่านทาง เฟซบุ๊กของ Malee Boonsiripunth เอาไว้ว่า “New normal แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย” "New normal" ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ “COVID-19” ส่วนนักเรียนก็ต้องปรับตัวสู่การเรียนรู้ที่บ้านผ่านการ “เรียนออนไลน์”

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้จากการพัฒนาเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ที่ขาดไม่ได้เป็นปัจจัยที่ 5 และการเข้าถึงข้อมูลด้วยความรวดเร็วสูงมีประสิทธิภาพจึงเป็นความต้องการของมนุษย์การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดเวลา ถือว่าเป็นการรองรับความต้องการของมนุษย์ในสังคมยุคดิจิทัล 4.0 และยุคอื่น ๆ ที่กำลังจะตามมาในอนาคต ธงชัย แก้วกิริยา (2553 : 132-155) ได้กล่าวว่า อุปกรณ์แบบพกพาหลายแบบหลายชนิดสามารถจัดเป็น 3 กลุ่มได้ดังนี้

1. Personal Digital Assistant (PDA) คือคอมพิวเตอร์แบบพกพาขนาดเล็ก ได้แก่ Pocket PC กับ Palm คอมพิวเตอร์

ขนาดเล็กอื่น ๆ เช่น Laptop, Notebook, Tablet PC รวมถึง PDA Phone ที่มีโทรศัพท์ในตัวใช้งาน โดยควบคุมด้วย Stylus

2. Smart Phone คือ โทรศัพท์มือถือที่บรรจุหน้าที่ของ PDA แต่ไม่มี Stylus สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มได้เหมือนกับ

PDA Phone มีขนาดเล็กพกพาสะดวกและมีราคาไม่สูง

3. iPod และเครื่องเล่น MP3 คือ เครื่องเสียงแบบพกพา สามารถรับข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ด้วยการต่อสาย USB หรือรับสัญญาณ Bluetooth (iPod คือ รุ่นของสินค้าหมวดหนึ่งของบริษัทแอปเปิล iPod รุ่นใหม่ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลได้ถึง 60 GB มีช่องสัญญาณวิดีโอและเกมให้เล่นด้วย ดังนั้นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนแบบ M-Learning คือ อุปกรณ์ที่สามารถพกติดตัวไปได้สะดวก ได้แก่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Notebook Computer) คือ คอมพิวเตอร์แบบพกพาคุณภาพดี



แท็บเล็ต พีซี (Tablet PC) คือ คอมพิวเตอร์แบบพกพา มีความสามารถเหมือน PC อุปกรณ์พกพา (Personal Digital Assistant) เป็นเสมือนผู้ช่วยดิจิทัล

ส่วนตัว โทรศัพท์มือถือทั่วไป (Cellular Phones) เน้นการใช้ข้อมูลเสียงและรับส่งข้อความ (SMS) โทรศัพท์เคลื่อนที่คุณภาพสูง (Smart Phones) รวม Personal Digital Assistant และ Cellular Phones เป็นต้นอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพาดังกล่าวข้างต้น จะมีบทบาทสำคัญต่อวงการการศึกษา ซึ่งต่อไปการเรียนการสอนจะไม่มีเฉพาะในสถานศึกษา ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กับครูผู้สอน เพื่อน โดยมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ เรียนรู้ทำกิจกรรม ทำแบบทดสอบ ฯลฯ ได้อย่างอิสระกับการเรียนรู้แบบ M-Learning

### ความสำคัญของนวัตกรรมทางการศึกษา

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการศึกษามากหลายประการ ทั้งนี้เนื่องจากในโลกยุคโลกาภิวัตน์ Globalization มีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าทั้งด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ การศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากระบบการศึกษาที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเพื่อแก้ไขปัญหาทางการศึกษาบางอย่างที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการศึกษาที่จะนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาทางการศึกษาในบางเรื่อง เช่น ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับจำนวนผู้เรียนที่มากขึ้น การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย การผลิตและพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของมนุษย์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลง การใช้นวัตกรรมมาประยุกต์ในระบบการบริหารจัดการด้านการศึกษาที่มีส่วนช่วยให้การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง

1. เพื่อนำนวัตกรรมมาใช้แก้ปัญหาในเรื่องการเรียนการสอน เช่น

1.1 ปัญหาเรื่องวิธีการสอน ปัญหาที่มักพบอยู่เสมอ คือ ครูส่วนใหญ่ยังคงยึดรูปแบบการสอนแบบบรรยาย โดยมีครูเป็นศูนย์กลางมากกว่าการสอนในรูปแบบอื่น การสอนด้วยวิธีการแบบนี้เป็นการสอนที่ขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในชั้นปลาย เพราะนอกจากจะทำให้ นักเรียนเกิดความเบื่อหน่าย ขาดความสนใจแล้ว ยังเป็นการปิดกั้นความคิด และสติปัญญาของผู้เรียนให้อยู่ในขอบเขตจำกัดอีกด้วย

1.2 ปัญหาด้านเนื้อหาวิชา บางวิชาเนื้อหาหนัก และบางวิชามีเนื้อหาเป็นนามธรรมยากแก่การเข้าใจจึงจำเป็นต้องนำเทคนิคการสอนและสื่อมาช่วย

1.3 ปัญหาเรื่องอุปกรณ์การสอน บางเนื้อหาที่มีสื่อการสอนเป็นจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้เพื่อทำให้นักเรียนเกิดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาได้ง่ายขึ้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาคิดค้นหาเทคนิควิธีการสอน และผลิตสื่อการสอนใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ทำให้การเรียนการสอนบรรลุเป้าหมายได้



2. เพื่อนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาโดยการนำสิ่งประดิษฐ์หรือแนวความคิดใหม่ ๆ ในการเรียนการสอนนั้นเผยแพร่ไปสู่ครู อาจารย์ท่านอื่น ๆ หรือเพื่อเป็นตัวอย่างอีกรูปแบบหนึ่งให้กับครู อาจารย์ที่สอนในวิชาเดียวกัน ได้นำแนวความคิดไปปรับปรุงใช้หรือผลิตสื่อการสอนใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนต่อไป

3. เพื่อนำไปใช้ในการบริหารการศึกษา เพื่อให้เป็นไปด้วยความสะดวก และมีประสิทธิภาพซึ่งสุดท้ายผลประโยชน์ที่ได้รับก็จะนำไปผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่สูงขึ้นต่อไป

ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1995-2000) การเรียนรู้แบบ E-Learning เป็นที่นิยมมากทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศและน่าจะเป็นเทคโนโลยีสุดท้ายที่ทันสมัยที่สุดสำหรับการศึกษาทางไกล แต่ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้สายได้เข้ามามีบทบาทและเติบโตไปไกลกว่าที่คิดเป็นระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาแทนอุปกรณ์เทคโนโลยีแบบมีสาย นับว่าเป็นโอกาสของโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์แบบพกพา แท็บเล็ต พีซี ฯลฯ จึงได้แสดงศักยภาพและเป็นแรงขับเคลื่อนวงการศึกษาคงพัฒนาตามไปด้วย ดังนั้น M-Learning จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งและน่าจะเป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ที่สำคัญของต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 นี้ความหมายของ M-Learning คำว่า M ย่อมาจากคำว่า Mobile หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารที่สามารถพกพาติดตัวไปได้ทุกสถานที่ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการ เช่น โทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์พกพา (Personal Data Assistant) หรือที่เรียกว่า PDA คอมพิวเตอร์แบบเขียน (Tablet PC) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Notebook PC) คำว่า Learning หมายถึง การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอันเกิดจากการเรียนรู้กับสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ตรง โดยการแสวงหาความรู้พัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกระบวนการสร้างความเข้าใจ การถ่ายทอดประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์แก่บุคคล M-Learning จึงเป็นระบบการสื่อสารด้านการเรียนการสอนหรือบทเรียนสำเร็จรูป โดยผ่านโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์ไร้สาย (Wireless Telecommunication) ที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายแม่ข่าย(Network Server) ผ่านจุดต่อไร้สาย (Wireless Access Point) แบบเวลาจริง (Real Time) ทั้งสามารถสัมพันธ์กับโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์แบบพกพาเครื่องอื่นๆ ด้วยระบบดิจิทัล (สาโรช โศภีรักษ์, 2559) M-Learning จึงเป็นทางเลือกใหม่ของวงการศึกษาคงเป็นการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และเป็นบทบาทใหม่ที่ให้ความอิสระแก่ผู้เรียนเพื่อศึกษาบทเรียนผ่านโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา ฯลฯ แทนที่จะศึกษาผ่านหน้าจอภาพของไมโครคอมพิวเตอร์ในสถานศึกษา ของการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Learning) มีความสะดวก เข้าถึงได้ทุกเวลาทุกสถานที่อย่างแท้จริง การแลกเปลี่ยนข้อมูลสามารถเกิดขึ้นได้ทันทีทันใดสำหรับบุคคลที่เรียนรู้เนื้อหาพร้อมกัน ทำให้ได้ข้อเสนอแนะเคล็ดลับต่าง ๆ อย่างทันทีซึ่งกระบวนการเรียนรู้



## หลักการการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา

การสร้างนวัตกรรมจำเป็นที่ครูผู้สอนจะต้องศึกษาหลักการ แนวคิด หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมชนิดนั้น ๆ เพื่อให้สร้างนวัตกรรมได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ ในที่นี้จะนำมายกตัวอย่างพอเป็นสังเขป เช่น

- หลักจิตวิทยาการเรียนรู้ช่วยให้ครูผู้สอนเข้าใจถึงธรรมชาติการเรียนรู้ของนักเรียน สามารถที่จะเลือกเทคนิควิธี กิจกรรม หรือสิ่งต่างๆ มาใช้จัดการเรียนการสอนได้เหมาะสมกับนักเรียนในแต่ละวัย

- ทฤษฎีการเรียนรู้เป็นส่วนที่จะช่วยให้ครูทราบว่า ในเงื่อนไขหรือสภาวะการณ์แบบใดนักเรียนจึงจะเกิดการเรียนรู้ได้ดีที่สุด

- หลักการสอนเป็นหลักการในการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งจะช่วยให้ครูเลือกเทคนิควิธี หรือกิจกรรม หรือสิ่งต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับธรรมชาติวิชา และปรัชญาของหลักสูตรนั้นๆ

- หลักการสอนทั่วไปเช่น การสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การสอนจากง่ายไปหายาก จากส่วนย่อยไปหาส่วนรวม หรือการสอนจากรูปธรรมไปหานามธรรม

หลักการสอนเฉพาะกลุ่มสาระการเรียนรู้/รายวิชาเช่น การสอนภาษาไทยแบบมุ่งประสบการณ์ ภาษา การสอนวิทยาศาสตร์ด้วยกระบวนการแก้ปัญหา หรือการสอนจริยศึกษาด้วยกระบวนการสร้างค่านิยม

- หลักจิตวิทยานวัตกรรมประเภทต่างๆก่อนที่จะเลือกนวัตกรรมใดมาใช้จัดการเรียนการสอน ครูผู้สอนจำเป็นต้องรู้ถึงหลักจิตวิทยาของสื่อวัตกรมนั้นๆ เป็นอย่างดี เพื่อจะได้เลือกมาใช้ได้อย่างเหมาะสม เช่น บทเรียนสำเร็จรูปยึดหลักทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูมและทฤษฎีการเสริมแรงของสกินเนอร์ เป็นต้น

## ประเภทของนวัตกรรมการศึกษา

นวัตกรรมทางการศึกษาได้มีผู้คิดพัฒนาขึ้นมาเป็นจำนวนมากสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. จำแนกตามผู้ใช้ประโยชน์โดยตรงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ประเภทสื่อสำหรับครู

1.2 ประเภทสื่อสำหรับนักเรียน

มจร



| ประเภทนวัตกรรม/สื่อสำหรับครู | ประเภทนวัตกรรม/สื่อสำหรับนักเรียน |
|------------------------------|-----------------------------------|
| แผนการสอน                    | บทเรียนสำเร็จรูป                  |
| เอกสารประกอบการสอน           | เอกสารประกอบการเรียน              |
| ชุดการเรียนการสอน            | ชุดฝึกปฏิบัติ                     |
| สื่อประสมชนิดต่างๆ           | ใบงาน                             |
| หนังสืออ้างอิง               | หนังสือเสริมประสบการณ์            |
| เครื่องมือวัดผลประเมินผล     | ชุดเพลง                           |
| อุปกรณ์โสตทัศนวัสดุ          | ชุดเกม                            |
| โครงการ                      | โครงงาน                           |
| วิจัยในชั้นเรียน             | การ์ตูน                           |
| การศึกษาผู้เรียนเป็นรายบุคคล | แบบฝึกทักษะ                       |
| วิธีสอนแบบต่างๆ              | ฯลฯ                               |
| ฯลฯ                          |                                   |

ที่มา: (<http://innovationforeducation.weebly.com>)

2. จำแนกตามลักษณะของนวัตกรรมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ประเภทเทคนิควิธีการหรือกิจกรรม นวัตกรรมประเภทนี้เป็นการใช้วิธีการสอนหรือเทคนิคการสอนในรูปแบบต่าง ๆ ที่นักการศึกษาได้คิดค้นเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้อันช่วยให้ผู้เรียนทั้งในด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการ และเจตคติ

2.2 ประเภทสื่อการเรียนการสอน นวัตกรรมประเภทนี้มีลักษณะเป็นสื่อที่ช่วยในการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนในเรื่องที่เรียน นวัตกรรมประเภทนี้ได้แก่

| ประเภทเทคนิควิธีการหรือกิจกรรม        | ประเภทสื่อการเรียนการสอน  |
|---------------------------------------|---|
| วิธีการสอนคิด                         | ชุดการเรียนรู้/ชุดการสอน/ชุดการเรียนการสอน                            |
| วิธีสอนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ | แบบฝึกทักษะ/ชุดการฝึก/ชุดฝึกทักษะการเรียนรู้                          |
| CIPPA MODEL                           | บทเรียนสำเร็จรูปแบบสื่อผสม/บทเรียนโปรแกรม                             |
| วัฏจักรการเรียนรู้ 4 MAT              | เกม   |
| วิธีสอนตามแนวพุทธวิธี                 | การ์ตูน   |
| วิธีสอนแบบบูรณาการ                    | นิทาน   |
| วิธีสอนโครงงาน                        | เอกสารประกอบการเรียนรู้/เอกสารประกอบการเรียนการสอน/เอกสารประกอบการสอน |
| วิธีสอนโดยการตั้งคำถาม                | สื่อประสม   |
| Constructivism                        | สื่อหลายมิติ  |
| การสอนแบบศูนย์การเรียน                | ชุดการเรียนรู้/ชุดการสอน/ชุดการเรียนการสอน                            |
| การสอนแบบโรงเรียนไม่แบ่งชั้น          | แบบฝึกทักษะ/ชุดการฝึก/ชุดฝึกทักษะการเรียนรู้                          |
| การสอนเป็นคณะ                         | ฯลฯ   |
| ฯลฯ                                   |   |

ที่มา: <http://innovationforeducation.weebly.com>



## การเรียนการสอนผ่านเว็บ (Web Based Instruction: WBI)

การเรียนการสอนผ่านเว็บ เป็นการจัดการศึกษาในรูปแบบ Web Knowledge Based On Line เป็นการจัดสภาพการณ์การเรียนการสอน ในรูปแบบ On Line โดยมีข้อกำหนดว่าการจะเป็นการเรียนการสอนผ่านเว็บ จะต้องมีส่วนต่อไปนี้ได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่

1. ความเป็นระบบ
2. ความเป็นเงื่อนไข
3. การสื่อสารหรือกิจกรรม
4. Learning Root

การเรียนรู้ทักษะด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ช่วยให้นักเรียนพร้อมรับมือกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ เราจึงมีเป้าหมายที่จะช่วยให้ทุกคนได้ฝึกฝนทักษะด้านการทำงานร่วมกัน การเขียนโค้ด ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนทักษะด้านเทคนิคต่างๆ ซึ่งจะช่วยมอบโอกาสทั้งในและนอกห้องเรียนได้ เทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนโฉมการเรียนการสอนด้วยการช่วยให้เด็กๆ เรียนรู้ได้ตามจังหวะของตัวเอง ฝึกให้เป็นนักแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์และทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพ แต่สำหรับนักเรียนที่ไม่มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรเหล่านี้ ช่องว่างทางการศึกษาที่มีอยู่แล้วก็มีแต่จะกว้างขึ้น ด้วยเหตุนี้เราจึงยังคงผลักดันผลิตภัณฑ์ บุคลากร โครงการ และมูลนิธิของเราให้มุ่งไปสู่อนาคตที่นักเรียนทุกคนได้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพตามที่ควรได้รับ

### คุณลักษณะของนวัตกรรมทางการศึกษา

เพียเจต์ (Piaget) (<https://sites.google.com>) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการทางด้านความคิดของเด็กว่ามีขั้นตอนหรือกระบวนการ อย่างไร ทฤษฎีของเพียเจต์ตั้งอยู่บนรากฐานของทั้งองค์ประกอบที่เป็นพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม เขาอธิบายว่า การเรียนรู้ของเด็กเป็นไปตามพัฒนาการทางสติปัญญา ซึ่งจะมีพัฒนาการไปตามวัยต่าง ๆ เป็นลำดับขั้น พัฒนาการเป็นสิ่งที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่ควรที่จะเร่งเด็กให้ข้ามจากพัฒนาการจากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่ง เพราะจะทำให้เกิดผลเสียแก่เด็ก แต่การจัดประสบการณ์ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในช่วงที่เด็กกำลังจะพัฒนาไปสู่ ขั้นที่สูงกว่าสามารถช่วยให้เด็กพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม เพียเจต์เน้นความสำคัญของการเข้าใจธรรมชาติและพัฒนาการของเด็กมากกว่าการ กระตุ้นเด็กให้มีพัฒนาการเร็วขึ้น เพียเจต์สรุปว่าพัฒนาการของเด็กสามารถอธิบายได้โดยลำดับระยะพัฒนาทางชีววิทยาที่คงที่ แสดงให้ปรากฏโดยปฏิสัมพันธ์ของเด็กกับสิ่งแวดล้อม

สுகอน์ สินธพานนท์ (2553 : 8) กล่าวว่า นวัตกรรมทางการศึกษา ควรมีคุณลักษณะซึ่งพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เป็นสิ่งใหม่เกี่ยวกับการศึกษาทั้งหมด เช่น วิธีการสอนใหม่ๆ สื่อการสอนใหม่ๆ ซึ่งไม่เคยมีใครทำมาก่อน

2. เป็นสิ่งใหม่เพียงบางส่วน เช่น มีการผลิตชุดการสอนรูปแบบใหม่ แต่ยังคงมีรูปแบบเดิมเป็นหลักอยู่ ตัวอย่างเช่น มีบัตรเนื้อหา บัตรความรู้ บัตรทดสอบ แต่มีการเพิ่มบัตรฝึกทักษะความคิด บัตรงานสำหรับผู้เรียน เป็นต้น



3. เป็นสิ่งใหม่ที่ยังอยู่ในกระบวนการทดลองว่ามีประสิทธิภาพในการนำไปใช้มากน้อยเพียงไร เช่น การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงบูรณาการเข้าไปในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทุกรายวิชา

4. เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้บ้างแล้วแต่ยังไม่แพร่หลาย เช่น แหล่งการเรียนรู้ท้องถิ่น มีนอุทยานอยู่ในท้องถิ่นนั้นแต่เนื่องจากมีอุปสรรคเกี่ยวกับการเดินทางจึงยังไม่เป็นที่นิยมของสถานศึกษาต่างๆ

5. เป็นสิ่งที่เคยปฏิบัติมาแล้วครั้งหนึ่งแต่ไม่ค่อยได้ผลเนื่องจากขาดปัจจัยสนับสนุนต่อมาได้นำมาปรับปรุงใหม่ทดลองใช้และเผยแพร่จัดว่าเป็นนวัตกรรมได้  
ในกรณีที่สิ่งนั้นได้นำมาใช้จนกลายเป็นสิ่งปกติของระบบงานนั้นก็ไม่ได้จัดว่าเป็นนวัตกรรม เช่น การจัดทำบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนของโรงเรียนเมฆวิทยา เป็นนวัตกรรมของโรงเรียนที่ผู้บริหารสนใจและสนับสนุนให้ทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ ผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนทุกระดับชั้น จนกลายเป็นสื่อการสอนชนิดหนึ่งของโรงเรียน จึงไม่เรียกคอมพิวเตอร์ช่วยสอนว่าเป็นนวัตกรรมอีกต่อไป

นคร ละลอกน้ำ กล่าวว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมทางการศึกษา คือ นวัตกรรมที่ผ่านวิธีระบบวิเคราะห์ห่อออกมาแล้ว ทดลองและพัฒนาแล้วนำมาใช้ในวงกว้างแต่ยังไม่เป็นปกติวิสัยมีผลยืนยันว่าใช้ได้จริงแก้ปัญหาได้จริงสามารถยืนยันด้วยข้อมูลมหาศาล

STEM Education หรือ โครงการสะเต็มศึกษา เป็นนโยบายที่กระทรวงศึกษาธิการ กำลังผลักดันและสนับสนุนให้เกิดขึ้น STEM ที่จัดว่าเป็น นวัตกรรมการศึกษาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี STEM ย่อมาจาก Science, Technology, Engineering and Mathematics เป็นแนวทางการเรียนการสอนที่มีลักษณะของการบูรณาการเรียนการสอนทั้งสี่สาขาเข้าด้วยกัน คือ วิทยาศาสตร์ (Science), เทคโนโลยี (Technology), วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และคณิตศาสตร์ (Mathematics) เพื่อให้ผู้เรียนนำความรู้ทุกแขนงมาใช้ในการแก้ปัญหา และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในชีวิตประจำวัน โดยอาศัยการจัดการเรียนรู้ด้วยครูหลายสาขาร่วมมือกัน

#### สาเหตุที่ต้องมี STEM EDUCATION หรือ สะเต็มศึกษา

จุดเริ่มต้นของแนวคิด STEM มาจากสหรัฐอเมริกา ที่ประสบปัญหาเรื่อง ผลการทดสอบ PISA ของสหรัฐอเมริกา ที่ต่ำกว่าหลายประเทศ และส่งผลต่อขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และวิศวกรรม รัฐบาลจึงมีนโยบาย ส่งเสริมการศึกษาโดยพัฒนา STEM ขึ้นมา เพื่อหวังว่าจะช่วยยกระดับผลการทดสอบ PISA ให้สูงขึ้น และจะเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 (21st Century skills)

ประเทศไทยของเราเองก็ประสบปัญหาในลักษณะคล้ายกัน เช่น นักเรียนไม่เข้าใจบทเรียนอย่างแท้จริง เรียนอย่างท่องจำ ให้ทำข้อสอบผ่าน เมื่อผ่านไปอีกภาคการศึกษาหนึ่ง เกิดปัญหาลิ้มบทเรียนที่จบไปแล้ว อาจเป็นเพราะนักเรียนไม่เข้าใจว่า บทเรียนนั้นนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้อย่างไร จึงทำให้นักเรียนไม่สามารถเชื่อมต่อความรู้เป็นภาพใหญ่ได้

ตัวอย่างการเรียนการสอนในประเทศญี่ปุ่น : ประเทศญี่ปุ่น มักจะที่ประสบภัยพิบัติมาตลอด จึงนำมาประเด็นดังกล่าว มาใช้ในภาคการศึกษา ดังเช่น การคำนวณพื้นที่ประสบภัยน้ำท่วม การไหลของน้ำ การเคลื่อนที่ของคลื่นซึนามิ แม้จะเป็นความเข้าใจในพื้นฐานไม่ลึกซึ้ง เท่ากับการศึกษาด้วย



แบบจำลองด้วยคอมพิวเตอร์ (computer modeling) ที่หน่วยงานดูแลและบริหารใช้งานอยู่จริง แต่ก็ทำให้นักเรียนเห็นภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น

**การดำเนินการในประเทศไทย** ภายใต้ความร่วมมือระหว่างสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ จะสร้างศูนย์เรียนรู้นาร่อง 10 จังหวัด แต่ละจังหวัดจะมีจำนวน 3 โรงเรียน รวม 30 โรงเรียน ในปี พ.ศ. 2556 เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินงานและวัดผลให้เป็นรูปธรรม และหลังจากนั้นจึงจะได้ขยายไปสู่กว้างต่อไป จึงอาจกล่าวได้ว่า โครงการ “สะเต็มศึกษา” เป็นนวัตกรรมจัดการศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อสร้างคนไทยรุ่นใหม่ ให้มีทักษะในการสร้างนวัตกรรม ที่จะช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

### แอปพลิเคชันเพื่อการศึกษา

ปัจจุบัน แอปพลิเคชันเพื่อการศึกษา กำลังมีบทบาทและความสำคัญในการเรียนการสอน นักเรียน อีกทั้งรัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมการใช้สื่อสมัยใหม่ (NewMedia) ในการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและนักศึกษา แอปพลิเคชันเพื่อการศึกษาสามารถใช้ประโยชน์ และสร้างคุณค่าทางการเรียนรู้ได้มากเนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ระบบปฏิบัติการสมาร์ทโฟน หรือแอนดรอยด์

ในปัจจุบันนั้นพบว่ามีมีการสร้างแอปพลิเคชันที่ใช้ในการศึกษาที่ครอบคลุมทุกๆ กลุ่มสาระการเรียนรู้ไว้อย่างน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ และเทคโนโลยี และกลุ่มสาระการเรียนรู้พลศึกษา ซึ่งแต่ละกลุ่มสาระการเรียนร้ยนนั้นก็ก็มีแอปที่น่าสนใจมากมายดังต่อไปนี้

#### 1. กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์

- Science News & Discoveries- NF วิทยาศาสตร์สมัยใหม่รวมถึง การค้นพบใหม่, การวิจัย, การสัมภาษณ์ที่น่าสนใจและการศึกษา รวมถึงสรุปข่าวครอบคลุมเรื่องราวจากแหล่งที่มาทั้งหมด เป็นต้น

#### 2. กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์

- Photomath – กล้องคำนวณ แคล้กิ่งกล้องมือถือของคุณไปที่โจทย์คณิตศาสตร์ แล้ว Photomath จะแสดงผลพร้อมรายละเอียดวิธีทำแบบทีละขั้นตอนได้อย่างน่าอัศจรรย์ เป็นต้น

#### 3. กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ

- ศิลปะ เรียนรู้ Origami ศิลปวัฒนธรรมญี่ปุ่นในการพับกระดาษที่ง่ายมาก สอนทั้งการพับและเทคนิคการพับแบบญี่ปุ่นดั้งเดิมซึ่งได้รับการฝึกมาตั้งแต่สมัยเอโดะ (1603-1867) เป็นต้น

#### 4. กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรมภาษาไทยที่สมบูรณ์และครอบคลุมคำศัพท์ภาษาไทยกว่า 43,000 คำ ใน "พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554" ซึ่งเป็นฉบับล่าสุด เป็นต้น



## 5. กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ

- ภาษาอาเซียน AEC ASEAN LANGUAGE เรียนรู้ หรือหัดพูดภาษาอาเซียน 9 ภาษา คือ ภาษาบรูไนฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม พม่า กัมพูชา ลาว ด้วยการอ่าน ฟัง เสียง สนทนา ถามตอบสะดวก ด้วยการแยกเป็นหมวดหมู่ให้เลือกหัดพูด เป็นต้น

## 6. กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

- ครอบรู้ AEC แหล่งเรียนรู้ความเป็นมาของประชาคมอาเซียน อาทิ ความเป็นมา รายละเอียด ประเทศ ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียน ภาษาที่ใช้ และอาชีพในประชาคมอาเซียน - ข่าวสารอาเซียน เป็นต้น

## 7. กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ

- รวมสูตรอาหารไทย และวิธีทำง่าย แอปรวมสูตรอาหารไทย อาหารพื้นบ้าน ทำง่าย กินอร่อย ทั้งต้มยำแกงทอด ปิ้งย่าง น้ำพริก อาหารพื้นบ้าน อาหารเจ ขนมหวาน ขนมไทย และอีกสารพัดเมนู และจะมีเมนูอาหารใหม่ ๆ เป็นต้น

## 8. เทคโนโลยี และกลุ่มสาระการเรียนรู้พลศึกษา

- การวิเคราะห์ร่างกายการวิเคราะห์ร่างกาย ง่ายและรวดเร็วด้วยเครื่องมือวัด, น้ำหนักในอุดมคติ ของมวลของร่างกายพื้นที่ผิวของร่างกายจัดอันดับความเสี่ยงความเสี่ยงตามรัฐ, คุณสามารถเริ่มต้นการ รับประทานอาหาร เป็นต้น

## ข้อดีสำหรับการใช้ Mobile App

ปัจจุบัน Smart Phone และ Tablet มีบทบาทมากขึ้นในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้น และ Mobile Application คือ ส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งาน Smart Phone และ Tablet เข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นซึ่งปัจจุบันนี้ผู้ที่ประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กได้ให้ความสนใจในการที่จะพัฒนา Mobile Application เพื่อให้เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการการเรียนการสอน (ข้อดีและข้อเสียของแอปพลิเคชัน, <https://sites.google.com>)

- กลุ่มธุรกิจเพื่อการศึกษา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การซื้อขายสื่อการเรียนการสอน การ แลกเปลี่ยนความรู้ต่างๆ กลุ่มธุรกิจการค้า และแฟชั่น มีระบบการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เป็นต้น

- ลดขั้นตอนการทำงาน ทำให้การเรียนการสอนต่าง ๆ สะดวกมากยิ่งขึ้น

- ลดขั้นตอน และประหยัดเวลา ในการติดต่อต่าง ๆ เช่น ต้องการโอนเงินค่าเทอม ก็สามารถ ใช้ Mobile App ทำธุรกรรมทางการเงินได้เลย เป็นต้น

- ช่วยลดเวลาในการเดินทาง คำนวณเวลาได้ ค้นหาเส้นทางหรือแนะนำเส้นทางเส้นทางที่มี การจราจรติดขัดได้

## ข้อเสียสำหรับการใช้ Mobile App

Mobile Application ที่มีมากมายให้เราเลือกได้ไหลตมาใช้งานกันในทุกวันนี้ ย่อมมีข้อดี และข้อเสียแตกต่างกันไป บทความนี้เราจะมากล่าวถึงข้อเสียของการใช้ Mobile App กันดังนี้

- เสี่ยงต่อการถูกโจรกรรมข้อมูล การติดต่อรับส่งข้อมูลหรือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง Mobile App นั้น ให้ความสะดวกรวดเร็วแก่เราก็จริง หากแต่เมื่อใดที่สมาร์โฟนเราเกิดหายหรือตกไม่ อยู่ในมือของโจรเมื่อไหร่ เมื่อนั้นเราอาจจะสูญเสียข้อมูล และเงินในบัญชีอาจจะถูกโจรกรรมได้เช่นกัน



- App ฟรี บางครั้งก็ไม่ฟรีเสมอไป เมื่อไม่นานมานี้หลายท่านคงได้ทราบข่าว เด็กนักเรียน เล่น Line Cookies Run แล้วมีบิดมาเรียกเก็บเงินตามหลังประมาณ 200,000 บาท และนี่ก็ทำให้หลายคนสงสัยว่ามันเกิดขึ้นได้เช่นไร กล่าวคือ Line Cookies Run นั้นเป็น Application ฟรีก็จริง แต่การเล่นจริงๆนั้นผู้เล่นจะต้องซื้อไอเท็มต่างๆเพื่อปรับความสามารถของตัวละครให้สูงขึ้น ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้เล่นต้องเสียเงินเพื่อซื้อไอเท็มต่างๆ มาใช้งาน

- App บาง App ต้องมีพื้นที่จัดเก็บไฟล์ที่ค่อนข้างใหญ่ และการประมวลผลที่ช้า อันเนื่องมาจากการใส่แฟลชแอนิเมชันที่มาก เพื่อให้เกมมีสีสัน และการเคลื่อนไหวที่สวยงาม ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้สมาร์โฟนของเราเกิดอาการค้างอยู่บ่อยๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องในภายหลังด้วยเช่นกัน

- App บาง App จะต้องต่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้นถึงจะเข้าใช้งานได้ เช่น Line Cookies Run, Line Let Get Rich, Face book, YouTube, Twitter เป็นต้น ซึ่งทำให้เราจะต้องเลือกซื้อ Packet Internet เป็นเหตุให้เสียเงินอีก

- ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เมื่อไม่นานมานี้ มีนักวิจัยท่านหนึ่งได้ออกมาเตือนถึงผู้ใช้สมาร์โฟนในที่มืด เช่น ปิดไฟจะเข้าแล้วแต่เล่นเกมส์ต่างๆบนมือถืออยู่นั้น จะส่งผลให้สายตาสั้นได้ การนั่งจ้องเล่นเกมส์โดยไม่พักสายตา ก็ส่งผลได้ด้วยเช่นกัน

ข้อดีของ แอปพลิเคชัน คือ สามารถปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้เรียนหลายคนกับผู้สอนได้โดยตรง สนทนาในช่วงเวลาจริง (Real Time Chat) ใช้พื้นที่ในการเรียนรู้น้อยกว่าการเรียนรู้ด้วยไมโครคอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้ที่ไหนก็ได้เช่น บ้านสถานที่ทำงานหรือขณะประกอบภารกิจการงานประชุม จะไม่รบกวนผู้ใด เพราะโทรศัพท์มือถือเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายไร้สายจึงสะดวกสำหรับการพกพา การใช้โทรศัพท์มือถือจะช่วยให้ผู้เรียนสนใจ ติดตามเนื้อหาบทเรียนเหมือนการเล่นเกมส์ เรียนรู้แบบเวลาจริง ข้อมูลจึงทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และค่าใช้จ่ายโดยรวมจะถูกกว่าบทเรียนที่ผ่านไมโครคอมพิวเตอร์ (สารوخ โสภีร์รักษ์, 2559 : 36-38) ข้อจำกัดของ แอปพลิเคชัน คือ โทรศัพท์แบบพกพา มีความจุของหน่วยความจำจำกัด หน้าจอมีขนาดเล็กไม่สะดวกต่อการอ่านข้อมูล แป้นตัวอักษรมีขนาดเล็กกว่าคีย์บอร์ดของคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะจึงขาดมาตรฐาน การเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายค่อนข้างมีราคาสูง คุณภาพจึงยังไม่เป็นที่พอใจ ซอฟต์แวร์ในท้องตลาดไม่สามารถใช้กับเครื่องโทรศัพท์แบบพกพาได้ความคงทนแข็งแรงมีน้อยกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์การอัปเดตซอฟต์แวร์ยาก บางรุ่นมีศักยภาพจำกัด การผลิตสื่อเพื่อ M-Learning อาจมีปัญหาเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีที่ต่อเนื่อง การตรู่นค่อนข้างรวดเร็ว ถ้ามีผู้ใช้เครือข่ายไร้สายมากจะทำให้การรับส่งสัญญาณช้า (ธงชัย แก้วกิริยา, 2553 : 150-153) อย่างไรก็ตามอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพาระบบไร้สายถือว่ามีข้อดีอยู่มาก

มจร



## สรุป

การจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ผ่านระบบออนไลน์ด้วย แอปพลิเคชันที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 นี้ เทคโนโลยีสารสนเทศได้ทำลายกำแพง ภูมิวิถิงการศึกษา เข้าถึงทุกระบบของการศึกษาในระดับคุณภาพที่สำคัญ คือ ลดการเลื่อมล้ำทางการศึกษา แอปพลิเคชัน นับว่าได้ก้าวเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้อันเกิดจากเครือข่ายไร้สาย ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกระดับ ทุกเวลา ทุกสถานที่ โดยมีอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์หรือที่เรียกว่า PDA, คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เป็นต้น ได้กลายเป็นอุปกรณ์สำคัญปัจจุบันได้เพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงเป็นช่องทางของนักการศึกษาที่จะนำองค์ความรู้ต่าง ๆ สร้างเป็นบทเรียนสำเร็จรูปเพื่อเข้าถึงชุมชน

ศักยภาพของเทคโนโลยีสามารถย่อโลกทั้งใบให้แคบลง เป็นโลกไร้พรมแดน สามารถเข้าสู่แหล่งการเรียนรู้ได้เมื่อต้องการ ทุกเวลา ทุกสถานที่ อนาคตข้างหน้าการเรียนรู้แบบ ระบบออนไลน์ ได้แพร่หลายในเวลานี้ บทเรียนสำเร็จรูป แอปพลิเคชัน สื่ออิเล็กทรอนิกส์เห็นควรนำมาพัฒนาควบคู่ไปกับการศึกษา บทบาทของ แอปพลิเคชัน จะช่วยแก้ปัญหาด้านการเรียนการสอนในอนาคต เพราะการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีได้ก้าวหน้าไปไกล การพัฒนาสื่อดังกล่าวจะช่วยลดข้อบกพร่องของการเรียนการสอนได้ในที่สุด เพราะโทรศัพท์มือถือเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายไร้สายจึงสะดวกสำหรับการพกพา การใช้โทรศัพท์มือถือจะช่วยให้ผู้เรียนสนใจ ติดตามเนื้อหาบทเรียนเหมือนการเล่นเกม เรียนรู้แบบเวลาจริง ข้อมูลจึงทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และค่าใช้จ่ายโดยรวมจะถูกกว่าบทเรียนที่ผ่านไมโครคอมพิวเตอร์





## เอกสารอ้างอิง

- จรัส พงเจริญ. (2560). ผลการเรียนรู้ด้วยเว็บแอปพลิเคชันการศึกษาโดยใช้กระบวนการแก้ปัญหาเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเขียนโปรแกรมบนเว็บของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภฤกษ์ จันทน์เทศ. การพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เรื่อง ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์และเทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูล. วิทยานิพนธ์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2558.
- ธงชัย แก้วกิริยา. “E-Learning ก้าวไปสู่ M-Learning ในยุคสังคมของการสื่อสารไร้พรมแดน” .วารสารร่มพญา. 28 (1) . 2553.
- สาโรช ไศกรีกษ์ . นวัตกรรมการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทบุ๊คพอยท์ จำกัด. 2549.
- Keawkiriya, T. “E-learning Move to M-Learning in Society Ages of Borderless 2010. communication” Rom Phruet Journal 28 (1) : 112-135. “Mobile Learning Mile Stone of Education New Ages” Modern Innovation Journal.1 (9). 2015.
- KoshipRak, S. (2016). “Form Electronic-learning to Ubiquitus-learning”. Electronic-learning to
- Malisuwan, S. “5G Wave&Technology” National Broadcasting and Telecommunication Commission Journal 61(1). 2018.





## พลังความเชื่อและความศรัทธาในวัดถมุงคล สู่เครื่องประดับและอัญมณี

ดร.วรรณัท อชิรชานนท์

Lucky Design Co.,Ltd Bangkok.

Received September 25, 2021, Revised October 20, 2021, Accepted November 3, 2021

### บทคัดย่อ

พลังความเชื่อและความศรัทธาในวัดถมุงคลสู่เครื่องประดับและอัญมณี ในสังคมไทยกระแสความนิยมวัดถมุงคล และทิศทางในอนาคต แนวโน้มในอนาคตของผู้เช่าบูชาวัดถมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ทั้งนี้เพื่อให้ความสำเร็จสูงสุดในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ธุรกิจออนไลน์เข้ามามีส่วนเป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธาเหมาะสมกับกระแสการติดต่อ ในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ธุรกิจวัดถมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี ในยุคออนไลน์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธาเหมาะสมกับกระแสการติดต่อในยุคโลกาภิวัตน์อย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้อย่างแนบเนียนในยุค ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

การพัฒนาของวงการนักสะสมวัดถมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี มาสู่โลกอินเทอร์เน็ต มีทั้งการเปิดร้านวัดถมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ประมูลวัดถมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี ในตลาดออนไลน์ จนกระทั่งกระแสการประชาสัมพันธ์ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และด้วยความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งเป็นการจำลองสนามวัดถมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถพบปะ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการซื้อขายกันได้สะดวก และคล่องตัวมากที่สุด จึงทำให้กระแสวัดถมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ได้รับความนิยมจากผู้เล่นอย่างกว้างขวาง ด้วยการนำวิทยากรที่ทันสมัยอย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาร่วมขับเคลื่อนกระแสความนิยมของกลุ่มบุคคล ทำให้เกิดกระแสความนิยมอย่างแพร่หลาย

**คำสำคัญ:** พลังความเชื่อและความศรัทธา, วัดถมุงคล และ เครื่องประดับและอัญมณี

มจร



## The power of belief and faith in Sacred objects to jewelry and gems

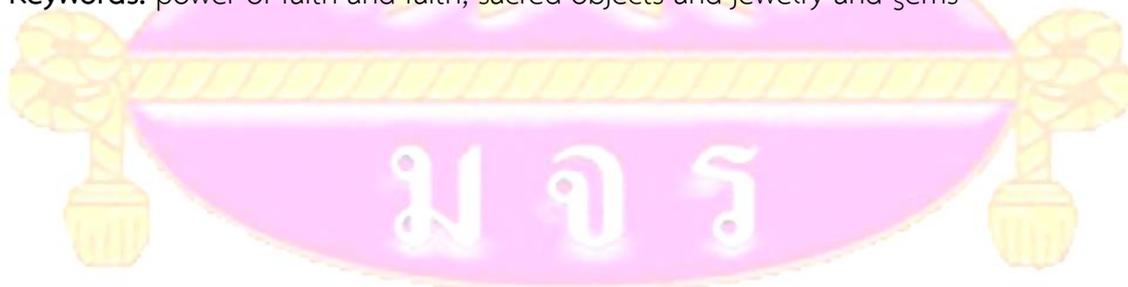
Dr.Worathanat Achirathanont  
Lucky Design Co.,Ltd Bangkok.

### Abstract

The power of belief and faith in sacred objects to jewelry and gems In Thai society, the popularity of sacred objects and future direction Future trends of tenants worshipping sacred objects and jewelry and gems This is to ensure the highest success in entrepreneurship. Therefore, it cannot be denied that online business has become an interesting business to study in order to find ways to act that combine faith with the flow of contact. in the business Therefore, it cannot be denied that Sacred objects business and jewelry and gems In the online era, it is an interesting business to study in order to find ways to implement actions that can seamlessly blend beliefs with current contacts in the globalization era such as electronic commerce in the era. New way of life New Normal.

Development of sacred objects and jewelry and gems collectors come to the internet world there are both opening a sacred object shop. And jewelry and gems Auction of sacred objects and jewelry and gems in the online market until the current public relations through electronic commerce or trading through the Internet. has been very popular and with ease of access which is a simulation of a sacred object field and jewelry and gems where buyers and sellers can meet and exchange ideas including convenient trading and the most flexible Therefore, the trend of sacred objects and jewelry and gemstones online It has been widely popular with players. By bringing modern technology such as electronic commerce (E-Commerce) to drive the popularity of the people. causing widespread popularity

**Keywords:** power of faith and faith, sacred objects and jewelry and gems





## บทนำ

ปรากฏการณ์แห่งความเปราะบางของชีวิตอันเกิดจากโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจ ความวิตกกังวลจากความไม่แน่นอน แม้ตอนนี้เราจะมีวัคซีนแล้วก็ตาม แต่ยังไม่มียาที่เรารู้แน่ชัดว่า เราสามารถกลับไปใช้ชีวิตได้เหมือนเดิม สังคมไทยในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ สิ่งเดียวที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทย นั่นคือการหันไปพึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเรื่องเหนือธรรมชาติ แม้ในความเป็นจริงความเชื่อ และความศรัทธาจะอยู่คู่กับสังคมไทยมานาน ไม่ว่าจะเกิดโควิด-19 หรือไม่ เพียงแต่อาจมีการพัฒนา รูปแบบให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบันมากขึ้น ทางสภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรม ไทย (อีคอนไทย) คาดว่า อัตราการว่างงานของแรงงานไทยในปี 2564 น่าจะอยู่ที่ 2.9 ล้านคน โดยเฉพาะนักศึกษาจบใหม่ที่ยังหางานทำไม่ได้ตั้งแต่ปีที่แล้ว เมื่อรวมกับนักศึกษาจบใหม่ในปีนี้น่าจะอยู่ที่ 9 แสนคน งานวิจัย “Marketing in the Uncertain World” การตลาดของคนอยู่เป็น โดยวิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าในช่วงโควิด-19 คนไทยเกิดความรู้สึกกังวลกับความไม่แน่นอนในชีวิต ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์คนไทยหันหน้าพึ่ง “สายมู” และ “เชื่อในโชคกลาง” ผลวิจัยระบุว่า คนไทยกว่า 52 ล้านคนในปัจจุบันหันหน้ามาพึ่งความเชื่อโชคกลาง โดย 5 อันดับความเชื่อโชคกลางที่มีผลต่อคนไทยมากที่สุด ได้แก่ 1. พยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพยิปซี 2. พระเครื่องวัตถุมงคล 3. สีมงคล 4. ตัวเลขมงคล และ 5. เรื่องเหนือธรรมชาติ

ความเชื่อความศรัทธาต่อเรื่องเหนือธรรมชาติอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน หากเราย้อนกลับไปศึกษาในมุมมองแบบพระพุทธศาสนา ซึ่งเกี่ยวพันกับเรื่องผีมาตั้งแต่แรก โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ คมกฤษ อยู่เต็กเค่ง (<https://www.gqthailand>) อาจารย์ประจำภาควิชาปรัชญา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อธิบายว่า การนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของไทยเปลี่ยนทุกสมัย ถ้าย้อนกลับไปแบบดั้งเดิมตามความเชื่อพื้นเมืองคือศาสนาผี ก่อนจะมีศาสนาพุทธและพราหมณ์เข้ามา แล้วจึงผสมผสานกลายเป็นศาสนาพุทธแบบไทย จากการศึกษาประวัติศาสตร์จะพบว่าผีมีความสำคัญในสมัยโบราณ ก่อนที่ศาสนาพุทธจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และพราหมณ์ก็อยู่กับราชสำนักและชนชั้นสูง ซึ่งสมัยรัชกาลที่ 1 มีความพยายามฟื้นฟูพระพุทธศาสนา จนมาสำเร็จในรัชกาลที่ 4 ทำให้พระพุทธศาสนามีความเป็นเหตุเป็นผล และวิทยาศาสตร์มากขึ้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คมกฤษตั้งข้อสังเกตว่าสังคมในปัจจุบัน ผีมีอำนาจและบทบาทมากขึ้น เหมือนสมัยโบราณ โดยมีพระพุทธศาสนาและพราหมณ์เป็นฉากหน้า ส่วนหนึ่งคือองค์การทางศาสนาไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนสมัยใหม่ได้ แน่แน่นอนว่ามีมีการเปลี่ยนแปลงเชิงความคิดและรูป “คือแต่เดิมพุทธศาสนากับพราหมณ์ต้องเปียดกับผี ทำให้พื้นที่ผีเหลือน้อยลงมาก จนต้องอิงอาศัยกับพุทธศาสนา ภายหลังคล้ายผีมีอำนาจมากขึ้น เพราะลักษณะการตอบสนองความต้องการที่ชัดเจน เช่น ตรงสี่แยกราชประสงค์ ที่ตั้งเทพเจ้าอินทรี จริง ๆ แล้วคือรูปแบบผี หรือความเชื่อแบบผี โดยทำหน้าที่แทนศาลพระภูมิ” นอกจากนี้ ผีจะไม่ได้อยู่ในวัดอีกต่อไป แล้วยังออกมาในพื้นที่ของเอกชน ทำให้เราเห็นว่าครูบาอาจารย์ ฆราวาสเอง ต่างก็อภิวัดถุมงคลกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น “ไอ้ไข่” แม้จะอยู่ในพื้นที่ของวัด แต่มันก็ออกไปข้างนอก ด้วยความที่วัดถุมงคลไอ้ไข่เป็นที่ต้องการในท้องตลาด

ธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีเป็นธุรกิจที่ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อในเรื่องอัญมณีกับราศีเราจึงไม่อาจมองข้ามความสำคัญของความเชื่อเหล่านี้มาเป็นจุดขายในตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพ และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การปรับกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์



เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น โดยอาศัยวิถีการดำเนินชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจทั้งนี้เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบที่สอดคล้องเรื่องวัฒนธรรม และความเชื่อมากยิ่งขึ้น นักออกแบบ และนักการตลาดจะต้องสะท้อนแนวคิดของสินค้าเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ การตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีความชอบและความเชื่อส่วนบุคคล การเสนอขายสินค้าดังกล่าวจะช่วยให้สินค้านั้นมีมูลค่าทางจิตใจของลูกค้ากลุ่มนี้ยิ่งขึ้น เครื่องประดับอัญมณีนั้นสามารถตอบสนองความเชื่อที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล เป็นหนึ่งในช่องทางในการนำเสนอสินค้าผู้บริโภคจำนวนมากในสังคมเอเชียยังให้ความสำคัญกับความเชื่อด้านไสยศาสตร์ ฮวงจุ้ย หรือแม้แต่เรื่องการดูดวง ฯลฯ ซึ่งทำให้คนเหล่านี้คล้อยตามได้ นอกจากนี้ยังได้มีการผสมผสานกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ แทนที่จะเป็นเพียงเครื่องประดับที่ผู้สวมใส่มีเพียงไม่กี่ชิ้นมา เป็น การสร้างความหลากหลาย หรือใช้หลักการ Increasing usage มาช่วยในการเพิ่มการบริโภคของผู้บริโภค

### ความหลากหลายของวัตถุมงคล

วัตถุมงคล เป็นเรื่องของความเชื่อ และศรัทธาในสิ่งของที่สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์ทางด้านศาสนา ตามสมัยนิยมตั้งแต่โบราณกาลมีหลักฐานเป็นวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นมีอายุเก่าแก่เกือบ 2,000 ปี วัตถุมงคลจะมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง, พระกริ่ง, พระกริ่งปวเรศ, ปลัดขิก, ผ้ายันต์, ตะกรุด, มีดหมอ, องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม, พระตรีมูรติ, พระราหู สำหรับเครื่องราง เป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาลนับพันปีมาแล้ว และประวัติเครื่องรางของขลังไม่ได้มีเฉพาะแต่ในเมืองไทยเท่านั้น คนชาติอื่น ๆ ก็มีเครื่องรางใช้กันมานานแล้ว โดยเชื่อกันว่าของสิ่งนี้จะสามารถปกป้องคุ้มครองภัยอันตรายต่าง ๆ ให้ได้ รวมทั้งในเรื่องของโชคลาภ ความโชคดีทั้งหลายทั้งปวง วัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง จึงนับเป็นเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีอยู่กับมนุษย์ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ (วิกิพีเดีย, <https://th.wikipedia.org/wiki>) จนถึงทุกวันนี้ วัตถุมงคล-เครื่องรางของขลัง ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ายังเป็นที่นิยมและมีความเชื่อถือ สำหรับความเชื่อในเรื่อง เครื่องราง ของคนไทย มีมาแต่ครั้งโบราณ ดังจะเห็นได้ในวรรณกรรมที่มีการกล่าวถึงอยู่เสมอ ๆ โดยเฉพาะ เครื่องราง ที่นักรบใช้ติดตัวในยามออกศึกสงคราม เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจให้หาญหาญไม่เกรงกลัวข้าศึก โดยเชื่อกันว่า เครื่องราง ที่สร้างขึ้นด้วยวิชาไสยศาสตร์ชั้นสูง โดยพระเกจิอาจารย์ผู้มีวิชาอาคมอันเข้มขลัง จะสามารถช่วยคุ้มครองป้องกันภัยรอบตัวได้เป็นอย่างดี การบูชาวัตถุมงคลควรเข้ามาบูชาด้วยเงินของตนเองจะขลังกว่ามีผู้ให้มา เพราะถ้ารับจากผู้อื่นมา ถือว่าบูชาแทนเขา บุญและความขลังจะน้อยกว่าเข้ามาบูชาเอง

ตลาดวัตถุมงคลไทยบูมขึ้นมาในช่วงไม่กี่ปีมานี้ และเกิดลัทธิ (Cult) อื่นๆ ตามมา เนื่องจากคนเริ่มเอื่อมระอา กับพระพุทธรูปศาสนากระแสหลัก และการไม่ปรับตัว ทำให้คนอยากหาที่พึ่งทางใจมาเป็นทางเลือก ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่และน่าสนใจ “สมัยโบราณการทำพระเครื่องไม่ใช่ไว้พึดติดตัว แต่เข้าใจว่าเริ่มจากการมีพระพุทธรูปไว้ในบ้าน ซึ่งแต่เดิมไม่มี น่าจะเริ่มจากในวัง หรือชนชั้นสูงมาก่อน แล้วคติความเชื่อนี้ก็เผยแพร่ลงไปสู่ชนชั้นกลาง ต่อมาก็กลายเป็นวัตถุมงคลที่ขยายไปสู่วงกว้าง ทั้งพระพุทธรูป เกจิอาจารย์ ซึ่งหลัง ๆ เราจะเห็นความหลากหลาย มีทั้งเทพเจ้า หรือเครื่องรางของขลังที่เกี่ยวกับผี ที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับวัดหรือศาสนา เนื่องจากข้อห้ามหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ น้อยลง “ถ้า



ศึกษาจากวรรณกรรมเก่า ๆ วัตถุมงคลแบ่งตามความเชื่อ เช่น แคล้วคลาด คงกระพันชาตรี เมตตามหานิยม ค้ำขาย เป็นต้น ซึ่งในอดีตพระเครื่องที่เน้นเรื่องคงกระพันชาตรีจะได้รับความนิยมมาก เพราะสังคมผู้ชายสมัยก่อนนั้นวัดความเป็นชายผ่านระบบนักรบ แต่พอปัจจุบันสภาพแวดล้อมเปลี่ยน ทำให้วัตถุมงคลที่ได้รับความนิยม คือค้ำขาย และเมตตามหานิยม แต่หลัง ๆ ก็เปลี่ยนไปอีก อย่างเรื่องความรัก ก็เปลี่ยนรูปแบบให้ดูน่ารัก เป็นสร้อยหินพร้อมวัตถุมงคลเพื่อให้ผู้หญิงใช้ได้ด้วย” วัตถุมงคล ในศาสนาพุทธ หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า พระเครื่องราง หรือ พระเครื่อง คือรูปสมมติของพระพุทธเจ้าที่มีขนาดเล็ก สร้างเพื่อเป็นที่ระลึกถึงพระพุทธเจ้า และเพื่อสืบทอดพระศาสนา พระเครื่องอาจจะรวมถึงรูปสมมติของพระโพธิสัตว์, พระอริยสงฆ์ และเทพเจ้าที่มีขนาดเล็กด้วย วัตถุมงคล ทางพุทธศาสนานั้นประกอบด้วย 2 ประเภท

1) วัตถุมงคล ภายนอก เช่น วัตถุที่สร้างมาจากดิน โลหะ ฯลฯ

2) มงคลที่แท้จริงมาจากภายใน ตามพระธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า คือ มงคลชีวิต เป็นคำแนะนำในการดำเนินชีวิตเพื่อความสุข และความเจริญก้าวหน้าของชีวิต ที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้ 38 ข้อ ในมหาเมฆคสูตรหรือเรียกว่า มงคล 38 ประการ

การสร้างพระบรรจุกรุ เป็นความเชื่อและคตินิยม ในการสร้างพระเครื่องในการสร้างพระเครื่องให้มีขนาดเล็กเพื่อที่จะสามารถสร้างได้จำนวนมาก สำหรับบรรจุในพระพุทธรูปเจดีย์ เพื่อว่าในอนาคตเมื่อพระพุทธรูปศาสนาเสื่อมลง วัตถุต่าง ๆ พังทลายยังสามารถพบรูปสมมติของพระพุทธเจ้า เพื่อแสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองของพระพุทธรูปศาสนา เป็นหลักฐานทางวัตถุว่า ที่นี้มีพระพุทธรูปศาสนา มีผู้ศรัทธาในคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า และปฏิบัติตาม เป็นพุทธานุสติ อัมมานุสติ สังฆานุสติ รวมทั้งเป็นสิ่งระลึกอันประเสริฐของบุคคล ผู้คนรุ่นแต่ก่อน ปัจจุบันและต่อไปในอนาคต

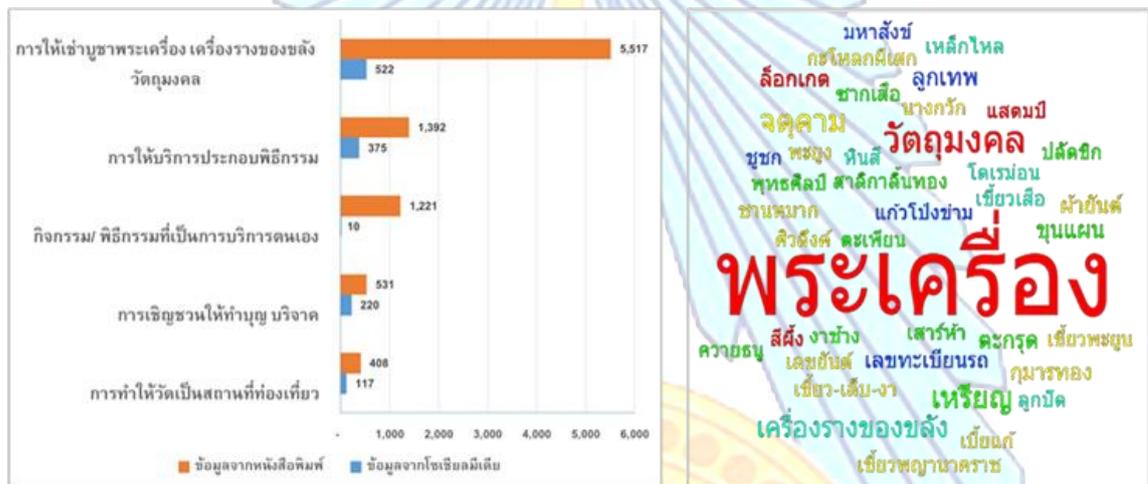
### ความเชื่อบางอย่างที่ไม่ควรเชื่อ

นอกจากคำอธิบายเชิงวิชาการด้านประวัติศาสตร์แล้ว ในมุมมองของเสกสันน์ ทรัพย์สืบสกุล หรือ “หมอบี ทูตสื่อวิญญาณ” เขาอธิบายความเชื่อความศรัทธาในสังคมไทยว่า เป็นเรื่องธรรมชาติที่มีมาทุกยุคทุกสมัย แล้วคงเกิดต่อไปเรื่อย ๆ ในอนาคต เนื่องจากมนุษย์เรามักต้องการสิ่งแปลกใหม่ และรวดเร็วทันใจ “คนเราขี้เกียจรอว่าต้องขยันทำงาน แล้วถึงจะได้เงิน อยากได้ใครที่เสกเปรี๊ยะแล้วรวยเลย คือเราแสวงหาไปเรื่อย ๆ ต้องการที่พึ่ง แต่ถ้าหนทางที่พระพุทธเจ้าบอก อยากรวยต้องทำงาน อยากรักใคร่ต้องให้ใจคนนั้นก่อน มันช้า เลยอยากกระโดดปล้ำ มันจะเป็นแบบนี้ไปตลอดกาล”

**ประเภทของพุทธพาณิชย์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ** (อรุณี อินทรไพโรจน์, www.bangkokbiznews.com) ความศรัทธามีหลายประเภท (ภาพที่ 1) พุทธพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การให้เช่าบูชาพระเครื่อง เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล มีความหลากหลายและได้รับความนิยมแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา (ภาพที่ 2) รองลงมาเป็นการให้บริการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การบวช การสวดมนต์ข้ามปี การทำกิจกรรมหรือพิธีกรรมที่เป็นการบริการตนเองโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยพระสงฆ์เป็นผู้ประกอบพิธี เช่น การไหว้พระ การแก้บน การปิดทอง ลอยเทียนสีประจำวันเกิด การบูชารูปเคารพและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเชิญชวนให้ทำบุญ บริจาค เครื่องเสียงทนาย การทำบุญสร้างวัตถุมงคลสร้าง และบูรณะศาสนาสถาน การจัดงานเทศกาล งานวัด และในระยะหลังนิยม



พัฒนาวัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมทัวร์ธรรมะ ปัจจัยที่ทำให้เกิดพุทธพาณิชย์ และพุทธศรัทธาส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักด้านการหารายได้ ทั้งจากทางวัดเอง ผู้ศรัทธาและผู้ประกอบการ รongลงมาเป็นปัจจัยด้านสังคม พุทธพาณิชย์มีส่วนในการสร้างความหวัง ความสุข ให้กับผู้ที่มีความศรัทธาในศาสนา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไปแก่นบน ขอหวย ขอเครื่องราง ปลุกเสก ส่วนปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมีส่วนสนับสนุนให้วัดสามารถใช้สื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าและกิจกรรมต่างๆ จัดหาอุปกรณ์การรับบริจาคในรูปแบบทันสมัย เช่น ตู้บริจาค พรมน้ำมนต์อัตโนมัติ รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ศรัทธา เช่น การทำบุญออนไลน์ สวดมนต์ข้ามปีออนไลน์



ภาพที่ 1 ประเภทพุทธพาณิชย์และพุทธศรัทธา (หน่วย: รายการ)  
ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลหนังสือพิมพ์และโซเชียลมีเดีย

ภาพที่ 2 การให้เข้าบูชาพระเครื่อง เครื่องรางของขลังและวัดมฤคค  
ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลหนังสือพิมพ์

ที่มา : อรุณี อินทรไพโรจน์, <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist>

**บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพุทธพาณิชย์และพุทธศรัทธา** จากข้อมูลโซเชียลมีเดียจะเห็นชื่อตัวบุคคล เช่น ธัมมชโย พุทธอิสระ เจ้าคุณธงชัย ส่วนข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เน้นที่ตัวองค์กรหน่วยงานที่เป็นผู้สร้างหรือจัดกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ ตัววัด ซึ่งดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง รongลงมาคือ เขียนพระ คอลัมน์พระในหนังสือพิมพ์ การประกวดพระ ชมรมพระเครื่อง และตลาดพระเครื่อง

**ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อวัด พระสงฆ์ และศาสนา** ข้อมูลโดยรวมพบว่า มีผู้รู้สึกไม่ศรัทธาต่อศาสนาหรือการเสื่อมศรัทธาในศาสนา ข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดียระบุถึง การซื้อบุญ การทำบุญมากเกินไป วัด พระสงฆ์ และศาสนาสร้างความเดือดร้อนให้ชาวบ้าน ขณะที่ข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ประชาชนต้องการให้มีการปฏิรูปศาสนาและปฏิรูปสงฆ์ (ทั้งนี้ ยังไม่รวมข่าวพระที่เป็นคดี เพราะคดียังไม่สิ้นสุด) อย่างไรก็ตาม เมื่อนำทัศนคติทั้งเชิงบวกและลบมาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกมีความถี่สูงกว่าเชิงลบมาก แม้จะมีผู้เสื่อมศรัทธาต่อวงการสงฆ์ไปบ้าง แต่ส่วนใหญ่คนทั่วไปก็ยังคงมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าลบต่อวัด พระสงฆ์ และศาสนา ยังเน้นการเข้าวัดเพื่อทำบุญ การประกอบกิจกรรมทางศาสนา เช่น การตักบาตร การบวช การปฏิบัติธรรม สินค้าความเชื่อยังเป็นที่ยอมรับ



เพราะผู้คนยังมีความศรัทธา ความเชื่อ ความสุข ความหวังที่จะได้รับจากการปฏิบัติหรือการเข้าบูชา ศาสนาพุทธยังเป็นที่พึ่งของคนไทยส่วนใหญ่

ในอดีตที่ไม่นิยมนำพระพุทธรูปมาไว้ในบ้าน แต่ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 ได้มีการเปลี่ยนแปลง ความเชื่อในสังคมไทย ก็เริ่มนำพระพุทธรูปมาไว้ในบ้าน มีการสร้างห้องพระหรือหอนพระเพื่อใช้เป็น ที่บูชาและเก็บรักษาพระพุทธรูปและพระพิมพ์ อีกทั้งมีการสร้างพระพุทธรูปขนาดเล็กที่ใช้นำติดตัวพกพา ไปไหนมาไหนระหว่างการเดินทาง เพื่ออาศัยอำนาจพุทธานุภาพขององค์พระที่อธิษฐานจิตในการช่วย ปกป้องให้พ้นจากอันตราย ปัจจุบันนิยมนำมาห้อยคอเป็นเครื่องรางสำหรับคุ้มครองป้องกันและเพื่อ ความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต สำหรับพระกรุอันเลื่องชื่อนั้นมีนับร้อยๆ กรุ แต่มีอยู่กรุหนึ่งที่มีประวัติการ สร้างพระ นำลงบรรจุกรุ รวมทั้งมีการเปิดกรุอย่างชัดเจน คือ “พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม” ซึ่งเป็น มรดกอันทรงคุณค่าที่ท่านเจ้าประคุณสมเด็จฯ พระพุฒาจารย์ (โต) พรหมรังษี ได้สร้างและบรรจุกรุไว้ให้ เมื่อกว่าศตวรรษมาแล้ว ปัจจุบันแม้แต่เศษชิ้นส่วนที่แตกหักก็ยังคงเป็นที่ต้องการของผู้คน มีราคาเช่าหาสูง และหายาก

สมเด็จฯ พระพุฒาจารย์ (โต) พรหมรังษี ท่านสร้างพระพิมพ์สมเด็จฯ ไว้ 3 แห่ง คือ 1.พระ สมเด็จฯ วัดระฆังโฆษิตาราม กทม. 2.พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม กทม. และ 3.พระสมเด็จฯ วัดเกต ศโย จ.อ่างทอง ตามประวัติการสร้างพระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม สมเด็จฯ พระพุฒาจารย์ (โต) ได้สร้าง พระสมเด็จฯ วัดระฆังฯ ขึ้นแจกชาวบ้านในราว พ.ศ.2409 หลังจากท่านได้สมณศักดิ์ “สมเด็จฯ พระพุฒา จารย์” ได้ 2 ปี ต่อจากนั้นประมาณ พ.ศ. 2411-2413 ท่านจึงสร้างพระสมเด็จฯ ขึ้นอีกจำนวนหนึ่ง นำไปบรรจุไว้ในพระเจดีย์องค์ประธานที่วัดบางขุนพรหม เรียกกันว่า “พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม” การสร้างพระเครื่องเพื่อบรรจุกรุในยุคปัจจุบัน หลายวัดหลายแห่งได้ทำตามคติความเชื่อของคนโบราณ อย่างไรก็ตาม สำหรับบางคนที่ไม่ชอบเครื่องราง มองว่างมง่าย จริง ๆ สิ่งที่เป็นมงคล ควรต้องศรัทธา และเชื่อถือ สิ่งดี ๆ ถึงจะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็พระหรือเครื่องราง ก็ควรจะอนุรักษ์ และสะสมเพื่อสืบ ทอด สำหรับตนเองเป็นปัจจัย 5 เป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน แต่ก็มองเป็นเรื่องของความสบายใจ เพราะความพึงพอใจของแต่ละคนไม่เหมือนกัน อย่างเราชอบแบบนี้ จะไปบังคับให้คนอื่นชอบแบบนี้ก็ ไม่ได้

### การตลาดเข้ามามีบทบาท

การตลาดเข้ามามีบทบาทเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายกับผู้บริโภค ผู้ซื้อหรืออีกนัย เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งเสนอขาย วัดมุงมลลัทธิภูมิ กับความต้องการ การสร้างโลโก้ (Logo Design) การสร้างโลโก้ เปรียบเสมือนการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนสินค้า บริการ องค์กร รวมถึง ความรู้สึกด้วย ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ที่เป็นโลโก้ หรือแม้กระทั่งสีของเครื่องประดับ เทคนิคในการสร้างโลโก้ คือ ควรกำหนดเป้าหมายไว้ว่าอยากให้ผู้บริโภคเห็นแล้วนึกถึงอะไร ส่วนสโลแกน หรือ คำพูด คำ บรรยายติดปากสั้น ๆ ของวัดมุงมล มีไว้เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำรูปแบบได้ง่ายขึ้น เมื่อผู้บริโภคยังคงมี ความเชื่อจึงสามารถนำเสนอสินค้าที่ตอบสนองความเชื่อดังกล่าวเครื่องประดับอัญมณีตามราศีเกิดเป็น แนวทางในการนำเสนอวัดมุงมลและอัญมณี อีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่มีความเชื่อเรื่องการเสริมราศี และความเป็นสิริมงคล ผู้ประกอบการสามารถออกแบบ



เครื่องประดับอัญมณีที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิดใหม่ ๆ และสอดคล้องกับความเชื่อส่วนบุคคล จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดที่ยังคงมีความต้องการ

**พระเครื่อง** ความหมายจาก พจนานุกรมแปล ไทย -ไทย ราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง พระพุทธรูปองค์เล็ก ๆ ที่นับถือว่าเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันอันตราย (ย่อมาจากคำ พระเครื่องราง) สังคมไทยกับพระเครื่องอยู่ด้วยกันมาอย่างยาวนานแล้ว ตั้งแต่เริ่มรับพระพุทธศาสนาเข้ามาในประเทศไทย พระเครื่องเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทยที่นับถือพระพุทธศาสนา และพระเครื่องยังเป็นทั้งตัวแทนในการระลึกถึงพระพุทธเจ้าและพระธรรมคำสั่งสอน ด้วยความกลัวภัยต่าง ๆ ทำให้คนเราจำเป็นต้องหาและกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวพึ่งพาให้เกิดความปลอดภัย ความมั่นคงในชีวิต และทรัพย์สินของตน ทั้งนี้ วัดถุ่มงคลต่าง ๆ โดยเฉพาะพระบูชาและพระเครื่อง ซึ่งมีอำนาจของพุทธคุณที่เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ โดยเชื่อว่าพระเครื่องนั้นสามารถคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของตนได้ ทำให้พระเครื่องเป็นที่นิยมของคนไทยมาตั้งแต่โบราณ

ปัจจุบันพระเครื่องได้รับความนิยมเลื่อมใสมากยิ่งขึ้น เป็นที่น่าสนใจว่ามีสาเหตุอะไรที่ทำให้คนไทยหันไปยึดถือพระพุทธรูป พระสงฆ์ (เกจิอาจารย์) หรือวัดถุ่มงคล จนเป็นที่ต้องการของคนทุกชนชั้น คำตอบที่สะท้อนออกมาคือ เพราะสังคมปัจจุบันอยู่ในภาวะรัดตัวต้องดิ้นรนชวนขายมากขึ้นภาวะเศรษฐกิจที่บีบคั้น ภาวะการเมือง และปัญหาสังคมที่ไร้การเยียวยา ตลอดจนจนการไม่ได้รับความใส่ใจจากรัฐ ทำให้ประชาชนแทบทุกชนชั้นวอดระเหิดความไม่มั่นคงในวิถีการดำเนินชีวิตของตนเองดังนั้น พระเครื่องจึงเป็นที่สนใจของทุกคน เป็นที่พึ่ง และศรัทธาทรงจิตใจ เป็นสัญลักษณ์แห่งความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทยจนถึงเป็นวัฒนธรรมแห่งความเชื่อในอำนาจของพุทธคุณ โดยรูปแบบของ “เครื่องราง” และ “วัดถุ่มงคล” ก็ถูกดัดแปลงให้คนแต่ละรุ่น สามารถใสในชีวิตประจำวันได้ง่ายขึ้น มีทั้ง กำไล, สร้อย, พวงกุญแจ

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภควัดถุ่มงคล

**ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychology Factors)** ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ (นพดล สมฤกษ์ผล, 2552)

(1) การจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน

(2) การรับรู้ (Perception) หมายถึง อะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านประสาททั้งห้า ดังนั้นบุคคลแต่ละคนในภาวะที่ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าเดียวกัน อาจประพฤติปฏิบัติต่างกัน เพราะ บุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน จากประสบการณ์ในอดีตที่ต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับ ลักษณะของสิ่งกระตุ้น ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งแวดล้อม และสถานภาพของแต่ละบุคคล

(3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง พฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์ หรือการเกิดขึ้นของสัญชาติญาณ ดังนั้น การตลาดจึงใช้แนวคิดนี้มาเป็นประโยชน์ด้วยการโฆษณาซ้ำ ๆ จนเกิดการจูงใจในการซื้อ

(4) ความเชื่อและทัศนคติ (Believes and Attitude) หมายถึง ความรู้สึกที่อยู่ภายในตัวมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบพฤติกรรมของบุคคล



**ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)** ลักษณะภายนอกของตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ อายุ อาชีพ วัฏจักรชีวิต บุคลิกภาพ สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และวิถีทางการดำเนินชีวิต จากคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลนี้ ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนอื่น ดังนี้

(1) อายุ และวัฏจักรชีวิต (Age and Life Cycle) ผลิตรัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อขึ้นอยู่กับอายุของผู้บริโภค เช่น ลักษณะเสื้อผ้าที่ใช้แต่งกายมีการเลือกซื้อเหมาะสมกับวัย นอกจากนี้ความต้องการในตัวผลิตรัณฑ์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อ แตกต่างกันในแต่ละช่วงของวัฏจักรชีวิต

(2) อาชีพ (Occupation) อาชีพในแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการในผลิตรัณฑ์ที่แตกต่างกัน

(3) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึงโครงสร้างทั้งหมดของมนุษย์ซึ่งจะทำให้บุคคลแต่ละคนมีนิสัยและทัศนคติที่แตกต่างกัน บุคลิกภาพจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น บุคคลที่มีความละเอียด ระมัดระวัง ก็จะมีคามพิถีพิถันในการซื้อโดยคำนึงถึงตราผลิตรัณฑ์ และต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตรัณฑ์ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

(4) สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics) โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตรัณฑ์ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ การออม การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความสามารถในการกู้ยืม การให้สินเชื่อ และทัศนคติที่เกี่ยวกับการจ่ายเงิน

(5) วิถีทางการดำเนินชีวิต วิถีทางการดำเนินชีวิตของบุคคลขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ลำดับชั้นทางสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

**ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors)** เป็นสัญลักษณ์ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และลำดับชั้นทางสังคม

(1) วัฒนธรรม (Culture) หมายถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้ และถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยผ่านการอบรม และขัดเกลาทางสังคม

(2) วัฒนธรรมย่อย (Sub-Culture) พฤติกรรมของบุคคลในแต่ละวัฒนธรรมยังแตกต่างแคบลงไปอีก โดยพิจารณาความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ ศาสนา และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ สิ่งเหล่านี้มีบทบาทในการก่อตัวขึ้น เป็นทัศนคติของบุคคล

(3) ลำดับชั้นทางสังคม (Social Class) มนุษย์ที่อยู่รวมกัน ในสังคมจะมีการแบ่งลำดับชั้นที่แตกต่างกันไปตามอาชีพ ความมั่งคั่ง ชาติตระกูล การมอานาจเหนือคนอื่น และบุคลิกลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปอาจแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับลำดับชั้นทางสังคมที่เขาอยู่ด้วย

## ความเชื่อและทัศนคติ (belief and attitude)

ความเชื่อเป็นสิ่งที่เกิดมากับมนุษย์ทุกยุคทุกสมัย ตั้งแต่ดึกดำบรรพ์จนกระทั่งถึงปัจจุบัน แม้ในปัจจุบันนี้ความเชื่อก็ยังกลายเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของมนุษย์ทุกเพศทุกวัยและทุกระดับ



การศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมนุษย์เรายังมีความไม่มั่นคงทางจิตใจ ซึ่งความเชื่อของมนุษย์ในแต่ละยุคแต่ละสมัยอาจแตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจเนื่องจากสภาวะแวดล้อม การศึกษาและการพัฒนาทางสังคม คนสมัยก่อนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ธรรมชาติน้อยมาก โดยเชื่อว่าธรรมชาติเป็นสิ่งที่มีความพลังอำนาจ มีอันตรายและน่ากลัว ดังนั้นความกลัวจึงเป็นอารมณ์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อเกิดศาสนาและพิธีกรรมขึ้น (แสง จันทร์งาม, 2544) ความเชื่อทางศาสนาแบบดั้งเดิมมักจะเกี่ยวข้องกับอำนาจเหนือธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องผีขวัญ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ๆ และมักจะมีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเหล่านี้ เช่น พิธีเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษ ผีบ้าน ผีเมือง การทำขวัญ การรักษาโรคด้วยพิธีการทางไสยศาสตร์ ดังนั้นความเชื่อ และพิธีกรรมเหล่านี้จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ทศนคติทำนองนี้นักปราชญ์ทางวัฒนธรรมประเพณี คือ เสถียร โกเศศ (2512) ได้กล่าวว่า สังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังมีความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับอำนาจเหนือธรรมชาติ ศาสนาพื้นบ้านอันก่อให้เกิดประเพณี และพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์มากมายประกอบประเพณี และพิธีกรรมก็เพื่อก่อให้เกิดความสบายใจ บรรลุตามที่ตนต้องการ (นฤมล หิฎฐิระนันท์ , 2541)

#### ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม มี 4 อย่าง คือ

1. วัฒนธรรมสามารถเรียนรู้กันได้
2. วัฒนธรรมรับมาใช้ร่วมกันได้โดยผ่านสถาบันทางสังคม (เช่น ครอบครัว วัด โรงเรียน และสื่อมวลชน)
3. วัฒนธรรมจะต้องได้รับการยอมรับการตอบสนองจากสังคมอย่างเหมาะสม
4. วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา (Engel, et al. quoted in Bovee, Houston and Thill, 1995)

**เอี่ยม ฉายางาม (2532)** ได้กล่าวถึงศาสนาเกิดจากความเชื่อถ้าไม่มีความเชื่อศาสนาก็ไม่มี เพราะศาสนาเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อจึงเป็นรูปธรรมคู่กับความเชื่อซึ่งเป็นนามธรรม ความเชื่อแปลว่าความที่เห็นจริงด้วย ความเชื่อตามปกติมีความยินดีตามมาด้วยเรียกว่า Faith หรือ ภัคดี นอกจากนี้ยังกล่าวถึงความเชื่อศรัทธาในพุทธศาสนามีหลักไว้ 4 ประการคือ 1) เชื่อกรรม 2) เชื่อผลของกรรม 3) เชื่อว่ากรรมเป็นของผู้กระทำ 4) เชื่อเรื่องการตรัสรู้ของพระตถาคต

**มณี พยอมยงค์ (2529)** ได้กล่าวถึงประเภทของความเชื่อ และความสำคัญของความเชื่อ เอาไว้ในหนังสือ วัฒนธรรมพื้นบ้าน : คติความเชื่อ ว่าความเชื่อแบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ ความเชื่อทั่วไป หรือความเชื่อธรรมดา เช่น เรื่องนรก สวรรค์ เทวดา และอีกประการหนึ่งคือ ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ความเชื่อทั้งสองแบบอาจแบ่งออกได้หลายประการ เช่น ความเชื่อเป็น พื้นฐานให้เกิดการกระทำสิ่งต่าง ๆ ทั้งด้านดี ด้านร้าย คนโบราณจึงสร้างศรัทธาให้เกิดแก่ลูกหลานอันเป็นการปลูกฝังความเชื่อให้ลึกกลงไปในสำนึกของแต่ละคน จนไม่อาจถอนได้ ความเชื่อก่อให้เกิดคุณค่าหลายประการ เช่น เกิดความมั่นใจ เกิดพลัง เกิดการสร้างสรรค์ ฯลฯ ในทางตรงข้ามถ้าต้องการบอกเล่าอย่างเดียว ไม่มีการวิเคราะห์เหตุผล ความเชื่อเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดผลเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสังคม เพราะผู้ที่มีความเชื่อเช่นนี้จะต่อต้านกับเหตุผล ความไม่เจริญก้าวหน้าของบ้านเมืองก็อาจมาจากศรัทธาความเชื่อของประชาชนส่วนหนึ่งเหมือนกัน

**จารุวรรณ ธรรมวัตร (2530)** ได้กล่าวถึงความเชื่อเกิดจากปัญหาการดำเนินชีวิตประจำวัน ปัญหานั้นเกินขีดความสามารถที่จะแก้ไขได้ จึงสร้างความเชื่อว่าจะมีอำนาจลึกลับเหนือธรรมชาติบันดาลให้เป็นไป เพื่อป้องกันภัยพิบัติที่เกิดขึ้นกับตัวเอง มนุษย์จึงวิงวอนขอความช่วยเหลือจากอำนาจ



ลึกลับ ถ้าบอกกล่าวหรือทำให้อ่านาจนั้นพอใจอาจช่วยให้ปลอดภัยได้ เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมที่ถูกต้องทำให้รอดพ้นจากภัยพิบัติต่าง ๆ และส่งผลให้อยู่เย็นเป็นสุข มีสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

ธุรกิจพระเครื่องในตลาดปัจจุบัน มี มูลค่าสูงกว่า 4 หมื่นล้านบาท เนื่องจากมีการ แข่งขันกันอย่างมากระหว่าง ความแตกต่าง และสร้างจุดขาย ตั้งแต่การออกแบบ มวลสารที่ใช้ ในการ สร้างรวมถึง การ ดึงพระชื่อดังเป็น ผู้ปลุกเสก ซึ่งค่าปลุกเสกพระเครื่องระดับเกจิสูงถึงวันละ 5 หมื่นบาท นอกจากนี้ยังมีต้นทุน 60-70 เปอร์เซ็นต์เป็นค่าโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ รวมถึงการปล่อยพระใหม่ลงตลาดถ้าคาดหวังจะให้มูลค่าพระเครื่อง มีราคาสูงต้องรู้วิธีการสร้างกระแส จากกลุ่มเซียนพระชื่อดังหรือลงทุนกันในกลุ่มผู้สร้างเพื่อหาเช่าพระเครื่องที่กลุ่มตัวเองนั้นได้สร้างขึ้น ที่รู้จักในวงการพระเครื่องว่า “การปั่นราคา” การพัฒนาของวงการนักสะสมพระเครื่องมาสู่โลกอินเทอร์เน็ต มีทั้งการเปิดร้านพระเครื่อง ประมูลพระเครื่อง ตลาดพระเครื่องออนไลน์ จนกระทั่งกระแสการประชาสัมพันธ์ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมน้อยอย่างมากระหว่าง ด้วยความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งเป็นการจำลองสนามพระ ที่ผู้ซื้อ และผู้ขายสามารถพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการซื้อขายกันได้สะดวกและคล่องตัวมากที่สุด จึงทำให้กระแสพระเครื่องออนไลน์ ได้รับความนิยมนอกจากผู้เล่นพระอย่างกว้างขวาง ด้วยการนำวิทยากรที่ทันสมัยอย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาร่วมขับเคลื่อนกระแสความนิยมของพระเครื่อง ทำให้เกิดกระแสความนิยมพระเครื่องออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ดังจะสังเกตได้จากจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม และจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พระเครื่องออนไลน์ที่มีจำนวนมากขึ้น

## สรุป

ความเชื่อเรื่อง “วัตถุมงคล” หรือ “เครื่องรางของขลัง” เป็นสิ่งที่อยู่คู่คนไทยมายาวนานนับหลายร้อยปี ถูกเปรียบดั่งที่พึ่งพาทางใจของมนุษย์ในทุกยุคทุกสมัย แต่เมื่อเวลาผ่านไป ทุกสิ่งย่อมถูกเปลี่ยนแปลงให้ทันโลกสมัยใหม่ เช่นเดียวกับคนที่มีความเชื่อ ก็พร้อมที่จะสรรหาวัตถุมงคลต่าง ๆ เพื่อมาบูชา ให้จิตใจได้มีที่ยึดเหนี่ยว แต่ก็อาจโดนผู้คนบางส่วนมองเป็นเรื่องไร้สาระงมงาย แต่ก็ถือเป็นการเคารพในความชอบของแต่ละบุคคล กระแสความนิยมวัตถุมงคล และทิศทางในอนาคต แนวโน้มในอนาคตของผู้เช่าบูชาพระเครื่อง ทั้งนี้เพื่อให้ความสำเร็จสูงสุดในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธามาสัมผัสกับกระแสการติดต่อในยุคโลกาภิวัตน์อย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้อย่างแนบเนียนได้อย่างไร วิธีที่เชื่อมั่นในอำนาจคุณธรรมความดีของบุคคลสามารถสานสัมพันธ์กับทุกสิ่งในโลกได้ แม้อาจเหมือนว่าความสำนึกดังกล่าวจะนำไปสู่การสร้างพันธนาการจิตให้วนเวียนอยู่กับพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์ทางด้านจิตวิญญาณ แต่ก็ยังเป็นเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การเรียนรู้ความจริงในพระพุทธศาสนา เพื่อก้าวสู่การศึกษาปฏิบัติธรรมขั้นสูง เพื่อจะนำไปสู่การปลดปล่อยพันธนาการให้จิตกลับคืนมาสู่ความเป็นอิสระโดยธรรมจากอำนาจใด ๆ ในโลก ดังปรากฏการสั่งสอนให้เจริญสติปัญญาในพระพุทธศาสนา ที่สรุปลงให้สังคม พึ่งตน พึ่งธรรม ไม่พึ่งอำนาจอื่นใดเลยในที่สุด จะเห็นได้ว่าที่เห็นนานาพิธีกรรมที่เป็นไปในเชิงเทวนิยม ปรากฏอยู่ในพื้นฐานชีวิตของสังคมไทย ดังปรากฏสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเชื่อตามคตินิยมเคลื่อนกลาดไปทั่วแผ่นดิน ไม่ว่าจะเป็นศาลภูมิเทวดา ห้องบูชาพระ หิ้งไหว้ผีบรรพชน จึงมีคำกล่าวว่า เช้าไหว้พระ กลางวันบูชาเทพยดา กลางคืนไหว้ผีบรรพชน แม้สังคมได้



ก้าวสู่โลกศตวรรษที่ 21 ที่แสดงความเชื่อตามหลักเหตุผลพิสูจน์ได้ แต่ก็เชื่อว่าความเชื่อเชิงเทวนิยมนี้จะหมดไป โดยเฉพาะการแทรกซึมอยู่ในพิธีกรรมทางพุทธศาสนาที่สื่อสารตามวัดวาอารามต่างๆ ในพระพุทธศาสนา ที่น่าสนใจคือ พระภิกษุจำนวนมากยังดำเนินพิธีกรรมทางเทวนิยมควบคู่ไปกับการประกอบศาสนกิจตามพระธรรมวินัยในพระพุทธศาสนา ดั่งค่านิยมสร้างเครื่องรางของขลังวัตถุมงคลทั้งหลาย ความศรัทธาเลื่อมใสอย่างถูกต้อง จิตสำนึกที่ตรงตามธรรมของสาธุชนในสังคม จึงเป็นเครื่องหมายที่จะตราว่า สังคมประเทศชาตินี้มีพระพุทธศาสนาประจำชาติแท้จริงหรือไม่ ซึ่งสำคัญยิ่งกว่าที่บัญญัติทั้งปวงในเอกสารตราสารใด ๆ เพราะความศรัทธาที่ดำรงอยู่ด้วยความรู้ถูกต้องชอบตรงตามธรรมนั้น จะเป็นรากแก้วให้จิตวิญญาณของสัตว์ทั้งหลาย ที่จะนำไปสู่ความเพียรชอบ ความระลึการู้ชอบ และความตั้งมั่นชอบ เมื่อสมบูรณ์ในอำนาจธรรมดังกล่าว กำลังธรรมย่อมเกิดขึ้นในจิตวิญญาณแห่งสัตว์นั้น ให้ขับเคลื่อนชีวิตไปบนเส้นทางวิถีพุทธได้อย่างแท้จริง

### เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ ธรรมวัตร. **วรรณกรรมท้องถิ่น : อีสาน-ล้านช้าง**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2530.
- นพดล สมฤกษ์ผล. **ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัด กรุงเทพมหานคร**. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2552.
- นฤมล ธิญะชีระนันท์. **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการประเมินสถานภาพทัศนศึกษาความเชื่อและพิธีกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). (2541).
- มณี พยอมยงค์. **การศึกษาเชิงวิเคราะห์โคลงปทุมสังกา**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2529.
- แสง จันทร์งาม. **ประทีปธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสร้างสรรค์บุ๊คส์, 2544
- พระยา อนุমানราชชน (เสถียรโกเศศ). **การศึกษาเรื่องประเพณีไทยและชีวิตชาวไทยสมัยก่อน**. กรุงเทพมหานคร: คลังวิทยา, 2521.
- เอี่ยม ฉายางาม. **เพิ่มศัพทด้วยรากศัพท์ละตินและกรีก**. กรุงเทพมหานคร: ร.พ.มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2532.
- ศาสตราจารย์ คมกฤช อุ่ยเต็กเค่ง. แหล่งที่มา: <https://www.gqthailand.com/gq-hype/article/gq-hype-vol-64>.
- วิกิพีเดีย, แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- อรุณี อินทรไพโรจน์, แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist>.
- Engel, et al. **quoted in Bovee, Houston and Thill**. 1995.



## การตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคต่อความสำเร็จของการดำเนินงาน ธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์

ผศ.ดร.พิมพาภรณ์ วงศ์เตชะนนท์

มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 4, 2021, Revised October 11, 2021, Accepted November 20, 2021

### บทคัดย่อ

การสื่อสารการตลาดธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์เพื่อให้เกิดผลดี ผู้ทำหน้าที่การสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจบริบทเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลักสำคัญของการสื่อสาร การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างดี อย่างน้อยที่สุดมีข้อได้เปรียบ 3 ประการ 1) ช่วยลดความสิ้นเปลืองให้น้อยลง 2) เพิ่มประสิทธิผลมากขึ้น และ 3) กระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ

นักการตลาดได้พัฒนาเทคนิคการขายกับผู้บริโภค โดยการนำทฤษฎีเรื่องสิ่งเร้ากับการตอบสนองมาช่วยอธิบายพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยยึดถือแนวความคิดที่ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุ หรือสิ่งเร้ามาทำให้เกิด และจากสิ่งเร้าจะกลายเป็นแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น สิ่งเร้ามีสองส่วน 1) สิ่งเร้าทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และ 2) สิ่งเร้าที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวผู้บริโภค ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม และสถานการณ์โรคติดต่อร้ายแรง Covid -19 เป็นต้น สิ่งเร้าเหล่านี้จะเป็นตัวนำเข้าสู่การกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค

**คำสำคัญ:** การตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคต่อความสำเร็จ, ธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์



## Marketing to reach consumers towards the success of operations. event exhibition business

Asst.Prof.Dr.Pimpaporn Wongtechanon  
Phitsanulok University

### Abstract

Communication, marketing, business, showcasing, events to achieve good results. Communication agents need to understand the context of consumer behavior. Because consumers are the main goal of communication. Good understanding of consumer behavior At the very least, there are three advantages: 1) it reduces wastage, 2) increases productivity, and 3) strengthens the relationship between male buyers. lead to business goals

Marketers have developed techniques for selling to consumers. By applying the theory of stimuli and response to help explain the buying behavior of consumers. By adhering to the idea that Behavior will occur, there must be a cause. or a stimulus to cause and from the stimulus becomes the motivation to show different behaviors in response to that stimulus There are two parts to the stimuli. 1) The controllable marketing stimuli are product, price, distribution. and 2) uncontrollable environmental stimuli in the environment around consumers such as economic, technological, political, cultural, and Covid-19 epidemic situation. Of consumers

**Keywords:** Marketing to Reach Consumers to Success, event exhibition business

มจร



## บทนำ

สถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ในประเทศไทยยังไม่คลี่คลาย ทำให้การทำงานที่เคยรุ่งเรือง ก็ซบเซา สภาพคล่องทางการเงินไม่คล่องเหมือนแต่ก่อน ทำให้หลายคนต้องมองหารายได้เสริมอย่าง เช่น การขายของออนไลน์ เพราะเป็นธุรกิจที่หลายคน เริ่มต้นทำเองได้ง่าย สามารถเริ่มลงทุนด้วยเงินเพียงหลักพัน หรือหลักหมื่น บางคนมีรายได้จากการขายของออนไลน์ มากกว่าเงินเดือนประจำด้วยซ้ำ แต่การขายของออนไลน์ถึงจะง่าย แต่เชื่อว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จเหมือนกันทั้งหมด เพราะทุกคนก็คิดแบบเดียวกัน แต่รู้ไหมถึงสินค้าที่เราจะขายเหมือนกับคนอื่น แต่ลูกค้าที่มีอยู่มากมายบนโลกออนไลน์ ก็มีความแตกต่างกัน เพื่อความสำเร็จของการเริ่มต้นขายของออนไลน์ ของพ่อค้าแม่ค้ามือใหม่ หรือมือเก่าที่ขายมานานแล้ว แต่ยอดขายกลับไม่เปรี้ยง เราจะมาบอกเคล็ดลับการขายของออนไลน์ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และสินค้าที่ควรเอามาขาย

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นรวดเร็วในปัจจุบันทำให้การแข่งขันทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น อาชีพพนักงานขายจะต้องมีการแข่งขันการขายสินค้า และบริการของตนให้มากที่สุด ขณะคู่แข่งให้ได้ เพื่อผลกำไรตามเป้าหมายของกิจการซึ่งยุทธวิธีจะทำให้การขายในสังคมปัจจุบันถ้ามีการแข่งขันกันสูงเช่นนี้ประสบผลสำเร็จ พนักงานขายจะต้องรู้จักและเข้าใจสถานการณ์ของตลาด รู้จักคู่แข่ง สินค้าและบริการ ฐานะกำลังจุดเด่นจุดด้อย และศักยภาพของตนเอง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลวิเคราะห์สถานการณ์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง สภาพตลาด และตนเอง อันจะนำไปสู่ในการหาแนวทางหรือเทคนิคที่จะชนะใจลูกค้าให้ได้ ยุทธวิธีที่พนักงานขายจะต้องนำไปใช้ในการเสนอขายเพื่อพิชิตใจลูกค้า บางครั้งจะต้องอาศัยเทคนิคหลายอย่างประกอบกัน บางครั้งก็สามารถใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมรวมทั้งลูกค้า แต่สิ่งแวดล้อมที่พนักงานขายจะต้องนำไปใช้ในการเสนอขายให้ประสบผลสำเร็จในอาชีพ

## ความหมายและประเภทของงานอีเวนต์

การจัดงานอีเวนต์ประเภทต่างๆ ในความหมายรายละเอียดเพื่อวางแผนอย่างมีระบบซึ่งงานอีเวนต์ หมายถึง การจัดงานเพื่อรวบรวมกลุ่มคนที่สนใจในการเข้าร่วมหรือมีส่วนร่วมร่วมกับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอย่างมีเป้าหมาย (venue:<https://www.venuee.co>)

งานอีเวนต์เชิงบุคคล (Personal Event) เป็นประเภทงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือครอบครัว ได้แก่ งานแต่งงาน งานวันเกิด งานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ หรืองานศพ ซึ่งงานที่กล่าวมาทั้งสี่มีจุดประสงค์ในการเข้าร่วมที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการร่วมแสดงว่ายินดี การร่วมทำบุญ หรือแม้กระทั่งการแสดงความเสียใจ ซึ่งงานอีเวนต์เหล่านี้เป็นงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นทั่วไปโดยใช้สถานที่ใกล้เคียงบริเวณชุมชนที่พิกอาศัย และความร่วมมือจากเครือข่ายครอบครัวเพื่อนสนิทในบริเวณใกล้เคียงและความร่วมมือจากชุมชน

งานอีเวนต์เชิงธุรกิจ (Business Event) จัดอยู่ในหมวดหมู่อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งถือว่าการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ อาทิ การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การฝึกอบรม การจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้วแต่อยู่ในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ อุตสาหกรรมการประชุม



การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า MICE (Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition) จึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ได้รับความนิยมมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการ สร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ มีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีอำนาจซื้อสูง และมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่งสินค้า การเดินทางในประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มไมซ์ จึงอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ประมาณ 2-3 เท่า



ที่มา: <https://www.venuee.co>

สามารถแบ่งออกได้ตามประเภทในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ดังนี้

- 1) การประชุม (Meeting)
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)
- 3) การประชุมนานาชาติ (Convention)
- 4) การจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ (Exhibition)

**ขั้นตอนในการเริ่ม การจัดงานอีเวนต์**

1. ตั้งเป้าหมายในการจัดงานอีเวนต์ (Identify the objectives) เมื่อเราได้รับหน้าที่ในการจัดงานอีเวนต์สิ่งแรกที่เราควรเริ่มต้นคือการระบุเป้าหมายในการจัดงานอีเวนต์นั้นๆ เพื่อให้ทีมงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การจัดงานเลี้ยงบริษัทประจำปี เป้าหมายคือการสร้างการรู้จักและความเข้าใจในการทำงานระหว่างแต่ละทีมในองค์กรเพื่อพัฒนาผลงานแต่ละทีมอย่างน้อย 20% ในปีต่อไป

2. วางแผนการ จัดงานอีเวนต์ (Plan the event) การวางแผนนั้นถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากในเริ่มต้น การจัดงานอีเวนต์ ดังนั้นการให้เวลาในการวางแผนจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างงานอีเวนต์ที่ประสบความสำเร็จ โดยเริ่มจากนำเป้าหมายในการจัดงานอีเวนต์ ที่วางไว้มาดำเนินการต่อเพื่อแตกรายละเอียดงานเป็นส่วนเล็กๆและแบ่งงานให้คนในทีมรับผิดชอบ



3. กำหนดงบประมาณในการจัดงานอีเว้นท์ (Allocate the budget) เมื่อเรามีวางแผนในการจัดงานอีเว้นท์ แล้วส่วนต่อไปคือการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินการเพื่อแบ่งสัดส่วนให้เหมาะสมตามรายละเอียดต่างๆ และปรับงบประมาณให้กับรายการที่เราให้ความสำคัญที่สุด

4. การแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดงานอีเว้นท์ (Distribute the responsibility) เมื่อเรามีทั้งแผนงานในการจัดงานอีเว้นท์ และงบประมาณแล้วขั้นตอนต่อไปคือการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อย่างชัดเจน กำหนดระยะเวลาในการทำงาน และกำหนดวันที่ต้องส่งงาน ในส่วนนี้เราแนะนำให้ใช้ Grant Chart ผ่าน Google Sheet, Asana, หรือ Trello เพื่อช่วยในการจัดการงานอย่างเป็นระบบรวมถึงการติดตามสถานะภาพทำงานจากผู้รับผิดชอบ โดยกำหนดวันที่ในการส่งงานผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน

5. การดำเนินการภายในวันงานอีเว้นท์ (Deliver the work) ก่อนเริ่มงานอีเว้นท์จะมีการจัดวาง (setup) อุปกรณ์ในส่วนต่างๆ ก่อนวันจัดงาน 1 วันหรือภายในวันงานในส่วนนี้ผู้รับผิดชอบดูแลตรวจสอบรายละเอียดกับผู้ให้บริการให้ตรงตามที่ตกลงไว้รวมถึงความปลอดภัยของผู้ร่วมงาน เมื่อเริ่มงานอีเว้นท์ผู้รับผิดชอบแต่ละฝ่ายให้รับผิดชอบหน้าที่ในการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ แต่จำเป็นต้องมีอย่างน้อย 1 ทีมในการประสานงานและแก้ไขสถานการณ์ในกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้นโดยอาจจะเป็นเรื่องเล็กน้อยหรือเรื่องใหญ่ก็ตาม เพื่อดำเนินงานไปได้อย่างคล่อง หลังจากเสร็จสิ้นงานอีเว้นท์ก็ถึงเวลาในการรื้อถอน (dismantle/tear down) ผู้ที่รับผิดชอบงานในส่วนต่างๆ ประสานงานให้ผู้ให้บริการรื้อถอนเสร็จสิ้นและดำเนินการคืนพื้นที่ให้กับสถานที่ในสภาพเดิม

6. การประเมินผลงานหลังจากการจัดงานอีเว้นท์ (Feedback the stakeholder) ผู้จัดงานส่วนใหญ่มักจะละเลยการให้ความสำคัญในส่วนสุดท้ายของการจัดงานอีเว้นท์ซึ่งนั่นก็คือการประเมินผลงานของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้รับผิดชอบประสานงานภายในทีม สถานที่และผู้ให้บริการอีเว้นท์ ซึ่งส่วนสำคัญควรให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นที่ตรงไปตรงมาเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน การให้บริการ และการทำงานในครั้งต่อไป

การตลาดเป็นตัวเชื่อมระหว่างช่องทางเดินของสินค้าจากการดำเนินธุรกิจที่สะดวก รวดเร็ว และนำสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายต้องผ่านคนกลางหรืออาจเรียกว่า ช่องทางเดินของสินค้า คือ ตลาดจะอยู่ระหว่างช่องทางเดินของสินค้าจากผู้ผลิต หรือแหล่งเสนอขายไปยังผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และร้านค้าปลีกซื้อสินค้ามาจากร้านค้าส่งร้านค้าส่งซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิต แต่ละช่องทางที่มีการซื้อขายกันต้องผ่านกระบวนการทางตลาดทั้งสิ้น (กระบวนการทางการตลาดได้แก่ การขาย การซื้อ การขนส่ง การเก็บรักษา การจัดมาตรฐานสินค้า การเงิน การเสี่ยงภัย การหาข้อมูลการตลาด และการวิจัยตลาด)

การตลาดยังมีหน้าที่สำคัญในการที่จะทำให้สินค้า และหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภคคนของตลาด หน้าที่การแลกเปลี่ยน หน้าที่ในการอำนวยความสะดวก หน้าที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด หน้าที่ในการวิจัยการตลาด หน้าที่ในการสื่อสาร และหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อสังคม

มจร



## พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค

พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค เป็นการศึกษ่าปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และก่าจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษ่าลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังสามารถประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

**พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)** หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

**Schiffman and Kanuk (1987)** ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็น พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษา การตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

**Engel Kollat and Blackwell. (1968)** ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ความรู้เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคมีประโยชน์ต่อผู้ทำการสื่อสารการตลาดเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าโฆษณาต่างๆ ที่ผู้ทำการสื่อสารจัดทำขึ้นนั้น กว่าจะถึงขั้นการรับรู้จนกระทั่งขึ้นจดจำ โฆษณานั้นได้ ผู้บริโภคจะมีกระบวนการกลั่นกรองข่าวสารเป็นขั้นๆ หากโฆษณาไม่มีจุดเด่น สะดุดตา สะดุดใจ ผู้บริโภคก็อาจจะเพียงผ่านสายตาเท่านั้น ดังนั้นผู้ทำการโฆษณาจะต้องใช้ความพยายามให้มากเพื่อดึงดูดความสนใจ ให้ผู้บริโภคเลือกเปิดรับ และจงใจให้สังเกตข่าวสารที่น่าเสนอเหนือกว่าโฆษณาชิ้นอื่นๆ เช่น การใช้สีสันที่สะดุดตา การใช้แสงเสียง และภาพประกอบเข้าช่วย รวมทั้งการใช้เทคนิคทางการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาอื่นๆ ซึ่งจะได้กล่าวในตอนหลัง และนอกจากนั้นการโฆษณาอย่างจำเป็นจะต้องทำการโฆษณาบ่อยๆ เพื่อให้เกิดความจำ



## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

### ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. **ปัจจัยทางวัฒนธรรม** เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ชั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื่อสัตย์ ได้แก่ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

2. **ปัจจัยทางสังคม** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใดๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ

- กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

- กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้ บุคคลมีบทบาท และสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. **ปัจจัยส่วนบุคคล** การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. **ปัจจัยทางจิตวิทยา** การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

กระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการซื้อที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ หรือความว่างเปล่า แต่เกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งภายในและ



ภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยภายในบุคคลอาจรวบเรียกได้ว่าเป็น 1) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา หรือ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล 2) ส่วนปัจจัยภายนอกอาจรวมเรียกได้ว่าเป็น ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทั้ง 2 ส่วนนี้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน นับตั้งแต่ผู้บริโภคเกิดการรับสิ่งเร้าจนกระทั่งในขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เกิดจากภายในตัวบุคคลและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยตรง การศึกษาปัจจัยทางด้านจิตวิทยาจะชวนให้นักการตลาดได้เข้าใจว่า ทำไม (why) และอย่างไร (how) ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ จึงน่าจะมีความประโยชน์มากต่อผู้ทำการสื่อสารการตลาด ปัจจัยแต่ละอย่างดังแสดงในรูปจะได้อีกกล่าว ดังนี้

### ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล (individual factors)

**การรับรู้ (perception)** หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับ จัดระเบียบ และแปลความหมายข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ออกมาเป็นภาพที่มีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งของโลก (Harrell, quoted in Belch and Belch.1993) จากนิยามดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของปัจเจกชน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในบุคคลแต่ละคน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์ และความคาดหวัง รวมทั้งเกิดจากอิทธิพลของลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่มีต่อการรับรู้ เช่น ขนาด สี สัน ความเข้ม และสภาวะแวดล้อม ที่บุคคลได้เห็นและได้ยินอีกด้วย จะเป็นได้ว่าบุคคล 2 คนได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งกระตุ้นเหมือนกันภายใต้เงื่อนไขอื่น ๆ อย่างเดียวกัน แต่บุคคลทั้งสองจะรับรู้ต่างกัน ตัวอย่างเช่น คน 2 คน นั่งดูโฆษณาทางโทรทัศน์ช่องเดียวกัน แต่อาจจะตีความหมายหรือแปลความโฆษณาต่างกับอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ คนหนึ่งอาจจะรับฟังโฆษณาอย่างละเอียดนั้น ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจจะไม่ให้ความสนใจในโฆษณานั้นเลยก็เป็นได้ หลังจากโฆษณาสิ้นสุดลง 30 วินาที คนที่สองจะไม่สามารถนึกถึงเนื้อหาของสารที่โฆษณา หรือแม้แต่ตัวผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาได้เลย จากผลการสำรวจนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยพบว่า โฆษณาที่กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ (sexier ads) จะสามารถดึงดูดความสนใจได้มากต่อผู้บริโภควัยหนุ่มสาว อายุตั้งแต่ 18-25 ปี (Lamb, Hair, and McDaniel.1992) มนุษย์ในฐานะผู้รับสารจะไม่รับข่าวสารทุกชนิดที่ผ่านสายตาค แต่จะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสาร (selective perception) หรือกระบวนการกลั่นกรองข่าวสาร (filtering process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

**กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ (selective perception process)** มี 4 ขั้นตอนดังนี้ (อิตารันต์ สนธิสุวิงษ์ และวิภาวี เมืองสุวรรณ. <https://sites.google.com>)

1) การเลือกเปิดรับ (selective exposure) หมายถึง การที่ผู้บริโภคจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่สนใจหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผู้ชมรายการการแสดงทางโทรทัศน์ อาจเปลี่ยนช่องรับหรือเดินออกจากห้องไปในระหว่างพักโฆษณา เพื่อหลีกเลี่ยงการรับโฆษณา การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์และการเลือกเปิดวิทยุ การเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลดังกล่าวนี้เป็นขั้นแรกของกระบวนการเลือกสรรการรับรู้

2) การเลือกสนใจ (selective attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกมุ่งเน้นความสนใจไปที่สิ่งเร้าหรือข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง และใจขณะเดียวกันจะไม่สนใจต่อสิ่งเร้าอื่นๆ เพียงแต่ผ่านหูผ่านตาไปเท่านั้น

3) การเลือกตีความเข้าใจ (selective comprehension) ซึ่งหมายถึงว่า เมื่อผู้บริโภคเลือกสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ก็จะแปลความหมายหรือตีความเข้าใจข่าวสารที่ได้รับไปตามทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งอาจจะผิดเพี้ยนไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็อาจเป็นได้



4) การเลือกจดจำ (selective retention) ซึ่งหมายความว่าสิ่งโฆษณาหรือข่าวสารต่างๆ ที่ได้เห็น ได้ยิน และได้อ่าน และผ่านกระบวนการ การรับรู้มาถึงขั้นตีความหมายทำความเข้าใจแล้ว แต่ไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะสามารถจดจำข่าวสารทั้งหมดก็หาไม่ ตรงกันข้ามผู้บริโภคจะจดจำเฉพาะข่าวสารบางอย่าง หรือบางส่วนที่มีลักษณะเด่นเฉพาะทำให้จดจำได้ หรือข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการของตนเองเท่านั้น และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจมากนัก

**การจูงใจ (motivation)** หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้น ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง (Mowen. 1995) สิ่งจูงใจที่จะเป็นจุดเริ่มต้น ผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วย แรงขับ (drive) แรงกระตุ้น (urge) ความปรารถนา หรือความต้องการ (wish or desire) การจูงใจจะเกิดขึ้นจากการเกิดสิ่งเร้าเข้ามากระทบต่อบุคคล สิ่งเร้าอาจเกิดจากภายในตัวบุคคลเอง (เช่นการได้ยินและได้เห็นผลิตภัณฑ์) และเมื่อไรก็ตามที่สิ่งเร้าเป็นเหตุทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึก ว่า สภาวะที่เป็นจริง (actual state) กับสภาวะที่พึงปรารถนาอยากให้เป็น (desired state) มีความแตกต่างกัน “ความจำเป็นและความต้องการ” (need and want) ก็จะเกิดขึ้นและความจำเป็น หรือความต้องการจะเป็นตัวคอยกระตุ้นเร้า

การสื่อสารการตลาด สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงใคร่ขอแนะนำแนวความคิดของแมคคาธิ และเปอร์โรลท์ (Mc Carthy and Perreault.1993) ซึ่งได้จัดลำดับชั้นความต้องการของผู้บริโภคไว้เป็น 4 ขั้นตอน คล้ายกับของมาสโลว์ เรียกว่า the PSSP hierarchy of needs ดังนี้

1) ความต้องการทางด้านสรีระวิทยา (P: physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งทุกคนจำเป็นจะต้องมีเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งได้แก่อาหาร น้ำ การพักผ่อน และเพศ ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่รุนแรงมากที่สุด เมื่อความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองในระดับที่พึงพอใจในระดับหนึ่งแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

2) ความต้องการความปลอดภัย (S: safety needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางด้านสรีระวิทยาได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ความต้องการความคุ้มครอง รวมถึงต้องการมีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ (ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีอาหารที่ถูกหลักอนามัย การมียารักษาโรค และการออกกำลังกาย)

3) ความต้องการทางสังคม (S: social needs) เป็นความต้องการลำดับที่สาม เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว ในขั้นนี้จะเป็นการแสวงหาความรัก ความเป็นมิตร ต้องการสถานะทางสังคมที่เด่นเป็นศักดิ์ศรี และได้รับการยอมรับนับถือจากสังคม รวมถึงการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นในแวดวงของสังคมที่ดีอีกด้วย

4) ความต้องการส่วนบุคคล (P: personal needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด เป็นความต้องการที่จะบรรลุขั้นอัตตา หรือถือตนเองเป็นใหญ่ เป็นการแสวงหาความพอใจเพื่อตนเอง ซึ่งเป็นอิสระ ปลอดภัยต่อสิ่งที่ผู้อื่นคิดหรือกระทำ ตัวอย่างความต้องการใจขั้นนี้ได้แก่ ความภูมิใจใจตนเอง ความสำเร็จในชีวิต ความสนุกสนาน ความมีอิสรภาพ และความผ่อนคลาย

**การเรียนรู้ (learning)** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร อันเป็นผลเนื่องมาจาก การได้รับประสบการณ์ และประสบการณ์ที่ได้รับนี้ไม่จำเป็นจะต้องเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากผลกระทบต่อบุคคลนั้นโดยตรง แต่การเรียนรู้ อาจเกิดขึ้น ได้จากการสังเกตเหตุการณ์ ที่มี



ผลกระทบต่อผู้อื่นอีกด้วย (Baron, quoted in Solomon.1996) นอกจากนั้นการเรียนรู้ยังอาจเกิดขึ้นได้ ทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจ หรือใช้ความพยายามใดๆ เลยก็อาจเป็นได้ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคสามารถจดจำตราผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด และสามารถฮัมเพลงโฆษณาสินค้าได้หลายยี่ห้อ ทั้งๆ ที่เขาไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้น การได้รับการเรียนรู้โดยไม่ได้ตั้งใจเช่นนี้ เรียกว่า “การเรียนรู้โดยบังเอิญ” หรือ incidental learning

พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนมาก เกิดจากการเรียนรู้ จากการได้รับประสบการณ์ตรง หรือ ประสบการณ์อ้อม เช่น หนูน้อยคนหนึ่งได้รับประทานไอศกรีมยี่ห้อหนึ่งเป็นครั้งแรก แล้วเกิดความรู้สึกอร่อยในรสชาติ การเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ตรง จากการได้รับประทานไอศกรีมนั้นด้วยตนเอง ส่วนเด็กอีกคนหนึ่งไม่ได้รับประทานไอศกรีมด้วยตนเอง เพียงแต่ได้เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ ที่แสดงให้เห็นว่าคนอื่น ๆ รู้สึกพอใจในรสชาติความอร่อยของไอศกรีมยี่ห้อนี้ แล้วอาจจะสรุปว่าไอศกรีมยี่ห้อนี้ มีรสชาติอร่อยและเขาชอบด้วย ในกรณีนี้หมายความว่า ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางอ้อม การเรียนรู้ในกรณีแรก เรียกว่า การเรียนรู้จากพฤติกรรมหรือการกระทำ (behavioral learning) ส่วนในกรณีหลัง เรียกว่า การเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล (cognitive learning) จากตัวอย่างการเรียนรู้ทั้งสองแนวทางดังกล่าวนี้ สอดคล้องตรงกับนิยามการเรียนรู้ของ ฮอร์กินส์ และคณะ (1998) ซึ่งได้ให้นิยามไว้ว่า “การเรียนรู้ หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ อันเป็นผลมาจาก 1.การได้รับประสบการณ์ซ้ำๆ (repeated experience) และ 2.จากความคิด (thinking) (Hawkin, et al., quoted in Berkowitz, et al.1992) การเรียนรู้ทั้งสองแนวทาง อธิบายได้ดังนี้

**แรงขับ** คือ สิ่งกระตุ้นเร้าอันเกิดจากภายในร่างกาย จูงใจให้บุคคลกระทำหรือแสดงพฤติกรรม ตัวอย่างของแรงขับ เช่น ความหิว เป็นต้น

**สิ่งเร้า** คือ สิ่งกระตุ้นหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ผู้บริโภคได้รับการรับรู้หรือพบเห็นในสิ่งแวดล้อมทั่วไป เช่น เห็นผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือโฆษณาต่างๆ

**การตอบสนอง** คือ การกระทำอันเป็นความพยายามเพื่อทำให้แรงขับได้รับความพอใจ และการเสริมแรง คือ รางวัล (reward) หรือความพอใจที่ได้รับอันเกิดจากผลการกระทำ เพื่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคเกิดความหิว (แรงขับ) แล้วได้เห็นสิ่งกระตุ้น (ป้ายโฆษณา) ลงมือกระทำ (ซื้อแฮมเบอร์เกอร์) แล้วได้รับรางวัลหรือความพอใจจากผลการกระทำ (รสชาติแฮมเบอร์เกอร์ที่อร่อยมาก)

**ความเชื่อและทัศนคติ (belief and attitude)** นักจิตวิทยาได้ให้นิยามความหมายของความเชื่อ และทัศนคติไว้มากมาย แต่ในที่นี้ใคร่ขอนิยามของ แมคคาธิ และ เปรโรลท์ (1993) ซึ่งให้ความหมายไว้ว่า ความเชื่อ หมายถึง ความคิดเห็นของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง ความเชื่ออาจเป็นส่วนประกอบช่วยเสริมสร้างทัศนคติของบุคคล แต่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการชอบหรือไม่ชอบ ความเชื่อของบุคคลหรือผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การโฆษณาและการได้พูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ส่วนทัศนคติหรือเจตคติ หมายถึง แนวความคิดเป็น (หรือทำที่) ของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์ สิ่งโฆษณา พนักงานขาย บริษัทหรือความคิด ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม และเป็นการเรียนรู้ที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่สัมพันธ์กันหลายๆ ความเชื่อทัศนคติจะแสดงให้เห็นถึงทิศทางความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่า ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีทั้งในแง่บวกและแง่ลบ และในแง่เป็นกลาง



## บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (personality and self-concept)

**บุคลิกภาพ** หมายถึง ลักษณะทางด้านจิตวิทยาของบุคคล ซึ่งแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะของตนเองที่แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเดียวกันเสมอ (Koler.1997:181) เนื่องจากบุคลิกภาพเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล และทำให้คนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นเรามักจะแบ่งประเภทของบุคคลออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะบุคลิกภาพ เช่น บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง บุคคลที่ขี้อาย บุคคลก้าวร้าว หรือบุคคลที่มีลักษณะเจียบขี้นม ฝือยซา เป็นต้น ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลดังกล่าวเหล่านี้ เป็นลักษณะพื้นฐานของพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค บุคลิกภาพจึงเป็นปัจจัยตัวแปรที่มีประโยชน์อย่างหนึ่ง ที่จะสามารถนำไปใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพราะนักวิชาการเชื่อว่ารูปแบบของบุคลิกภาพบางชนิด มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และตามสินค้า ตัวอย่างเช่น การซื้อประเภทของรถยนต์ เสื้อผ้า เพชรพลอยเครื่องประดับ ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้สะท้อนลักษณะบางอย่างของผู้บริโภค (Lamb, Hair, and McDaniel.1992) นอกจากนี้บริษัทขายเครื่องคอมพิวเตอร์บริษัทหนึ่งพบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่ของบริษัท จะเป็นบุคคลประเภทที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีอำนาจ และมีความเป็นอิสระ ดังนั้น ลูกค้ำส่วนใหญ่อองบริษัท จะเป็นบุคคลประเภทที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีอำนาจ และมีความเป็นอิสระ ดังนั้นในการโฆษณาขายเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท จึงใช้สิ่งเหล่านี้เป็นตัวจูงใจในการโฆษณา (Kotler.1997)

**วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (culture and subculture)** วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสุดท้ายทางด้านสังคม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค วัฒนธรรม หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของความเชื่อ (beliefs) ค่านิยม (values) และวัตถุต่างๆ (objects) ที่สังคมใดสังคมหนึ่งมีส่วนร่วม และจะถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (Bovee, Houston and Thill.1995) กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ วัฒนธรรมเป็นมรดกของสังคม ที่สังคมสร้างขึ้นมานำมาใช้ช่วยพัฒนาขีดความสามารถชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น

### ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม มี 4 อย่าง คือ

1. วัฒนธรรมสามารถเรียนรู้กันได้
2. วัฒนธรรมรับมาใช้ร่วมกันได้โดยผ่านสถาบันทางสังคม (เช่น ครอบครัว วัด โรงเรียน และ สื่อมวลชน)
3. วัฒนธรรมจะต้องได้รับการยอมรับการตอบสนองจากสังคมอย่างเหมาะสม
4. วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา (Engel, et al. quoted in Bovee, Houston and Thill.1995)

วัฒนธรรมของสังคมกลุ่มใหญ่สามารถแบ่งย่อยออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มเรียกว่า วัฒนธรรมย่อย โดยอาศัยฐานบางอย่างเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ (demographic characteristics) ภูมิภาค ความเชื่อทางการเมือง ความเชื่อทางศาสนา ชนชาติและเชื้อชาติต่างๆ เป็นต้น วัฒนธรรมย่อย (subculture or micro culture) อาจให้นิยามได้ว่า หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่มีลักษณะเหมือนกัน ชื่อเมืองค้ประกอบบางอย่างร่วมกันกับวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่อันเป็นส่วนรวม แต่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่ (Lamb, Hair and McDaniel.1992) ในวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ จะมีทัศนคติ ค่านิยม และกิจกรรมปฏิบัติของคนในกลุ่มนั้น คล้ายคลึงกันมาก มากกว่าที่ปรากฏในวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่ ตัวอย่างเช่น ใน



สังคมไทย ประกอบด้วย คนไทยหลายเชื้อชาติ บุคคลเหล่านี้จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป คนไทยภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกัน ในด้านภาษาพูด การแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณี การประกอบอาชีพ และชีวิตความเป็นอยู่

### กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือก และความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

นักการตลาด เป็นงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบรรดางานการส่งเสริม อาจกล่าวได้ว่าการขายโดยบุคคล เป็นงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบันดาผลงานการส่งเสริมการตลาดทั้งหมด แต่ก็ยังเป็นวิธีที่สิ้นเปลืองมากที่สุด ทั้งยังมีปัญหาด้านบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องมากมายยากแก่การควบคุมดูแล ผิดหลักการทั่วไปจึงนิยมขายสินค้าโดยผ่านช่องทาง การจำหน่าย อาศัยคนกลางเข้ามารับหน้าที่จำหน่ายให้ผู้ผลิต โดยหันไปเน้น ที่โฆษณาและการส่งเสริมการขายเข้ามาเป็นเครื่องมือในการจูงใจผู้บริโภคให้ทำควายมาหาซื้อสินค้าตราของกิจการนั้นๆ มายังร้านค้าปลีก อันเรียกว่า “กลยุทธ์ดึง” ซึ่งโดยวิธีการ “ดึง” นี้กิจการจะควบคุมนักขายของตนได้ดีกว่า ทั้งในด้านคุณภาพของงาน ส่วนการที่กิจการเลือกใช้ตำแหน่งงานขาย เป็นเครื่องมือสำคัญช่วยผลักดันสินค้าของกิจการเข้าสู่ร้านค้าและผลักดันให้ร้านค้ากระจายสินค้าเข้าสู่มือผู้บริโภครายสุดท้ายอีกทีหนึ่ง เราเรียกว่า “กลยุทธ์ผลัก” อย่างไรก็ตามวิธีการเลือกทั้งสองลักษณะทั้งผลักและดึง ได้นำมาใช้ประกอบกันเป็นส่วนมาก กล่าวคือ กิจการที่ใช้การขายโดยบุคคลเป็นหลัก ก็ต้องอาศัยโฆษณา และส่งเสริมการขาย เป็นการปูฐานเผยแพร่ชื่อ ตราสินค้า ทำความเข้าใจแก่ลูกค้าในข่าวสารที่ต้องการให้ลูกค้ารับรู้ไว้ก่อน เพื่อผนวกรวมของนักขายลงได้มากในเวลาติดต่อไปเสนอขายสินค้าภายหลังการโฆษณานำทางไปแล้ว

### สรุป

การสื่อสารการตลาดธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์เพื่อให้เกิดผลดี ผู้ทำหน้าที่การสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจบริบทเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลักสำคัญของการสื่อสาร การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างดี อย่างน้อยที่สุดมีข้อได้เปรียบ 3 ประการ 1) ช่วย



ลดความสิ้นเปลืองให้น้อยลง 2) เพิ่มประสิทธิผลมากขึ้น และ 3) กระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ

นักการตลาดได้พัฒนาเทคนิคการขายกับผู้บริโภค โดยการนำทฤษฎีเรื่องสิ่งเร้ากับการตอบสนองมาช่วยอธิบายพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยยึดถือแนวความคิดที่ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุ หรือสิ่งเร้ามาทำให้เกิด และจากสิ่งเร้าจะกลายเป็นแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น สิ่งเร้ามีสองส่วน 1) สิ่งเร้าทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด และ 2) สิ่งเร้าที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวผู้บริโภค ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม เป็นต้น สิ่งเร้าเหล่านี้จะเป็นตัวนำเข้าสู่การกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อภายในสมอง และจะแสดงผลออกมาเป็นพฤติกรรมตอบสนองที่มองเห็นได้ คือ การตัดสินใจซื้อ เลือกผลิตภัณฑ์ และเลือกตรา การจะพิชิตใจลูกค้าให้ได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ใช่ปัญหาที่แก้ไขไม่ได้ หากพนักงานขายคนใดมีความตั้งใจจริง มีความมานะพยายาม อดทนต่ออุปสรรคต่างๆ ความสำเร็จในการเอาชนะใจลูกค้าย่อมเกิดขึ้นได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องรอบรู้ในส่วนที่เกี่ยวกับอาชีพของตนเอง

## เอกสารอ้างอิง

- พีรพัฒน์ ฉัตรศิริกุลชัย. การรับรู้การสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลลิน ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2553.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: A.N การพิมพ์. 2542.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. (ปรับปรุงใหม่ล่าสุด). กรุงเทพมหานคร: ซีระพี ไลน์และไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟลอม และไซเทกซ์ จำกัด. 2542.
- Bovee, C.L., Houston, M.J., & Thill, J.V. **Marketing**. (2 nd ed.). London: McGraw-Hill. 1995.
- Evans, J. R., Berman, B. **Marketing**. (7 th ed.). United States of America: Prentice Hall International. 1997.
- Venue. **การจัดงานอีเว้นท์**. แหล่งที่มา: <https://www.venuee.co>. พฤษภาคม 2564.
- Kotler, Philip. **Marketing Management**. 8 th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall. 1994.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. **Consumer Behavior**. 5 th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall. 1994.
- Lamb, Hair & McDaniel. **Principles of Marketing**. New Jersey: Cengage South-Western. 1992.



## การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลในยุคระบบราชการ 4.0 ในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับผู้สูงอายุ

ดร.ณัฐพงศ์ ดาราเพ็ญ  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 12, 2021, Revised October 5, 2021, Accepted December 3, 2021

### บทคัดย่อ

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลในยุคระบบราชการ 4.0 เชิงโครงสร้าง และปัจจัยพื้นฐาน เช่น กฎหมาย ระเบียบ นโยบาย และสถาบัน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง ให้สอดคล้องกับกระแส หรือกรอบแนวคิดการพัฒนาของแผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ บนพื้นฐานของความรู้ โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ การปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูและพัฒนาประเทศ โดยการเร่งรัดพัฒนา และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ แก้ไขปรับปรุงกฎหมาย และการดำเนินงานของภาครัฐให้ทันสมัย พัฒนา และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรม เสริมสร้างความมั่นคง พัฒนาระบบการบริหาร จัดการความเสี่ยง รวมถึงส่งเสริม และสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่าย ภาคประชาชน ภาคเอกชน ท้องถิ่น สถาบัน และองค์กรต่างๆ เพื่อลดอุปสรรค ข้อจำกัด ส่งเสริมการฟื้นฟู ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยงรวมทั้งผู้สูงอายุ และพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยกับการเตรียมพร้อมรับต้องให้ความสำคัญกับการลดความเปราะบางผ่านการลดจุดอ่อน และขจัดข้อจำกัดเดิมที่ประเทศเผชิญพร้อมกับการเยียวยาช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างเต็มที่ศักยภาพภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และการปรับทิศทางการพัฒนารูปแบบ และแนวทาง ที่ดำเนินการอยู่ให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงความไม่แน่นอน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการกระจายความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ และพร้อมที่จะปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อแสวงหาแนวทางในการสร้างสรรค์ประโยชน์จากกาเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: หลักธรรมาภิบาล, ระบบราชการ 4.0



**Management according to the principles of good  
governance in the era of bureaucracy 4.0  
In the situation of coronavirus disease 2019  
With the elderly**

Dr.Nuttapong Darapan  
Phitsanulok University

**Abstract**

Management according to the principles of good governance in the era of the bureaucratic system 4.0 structured and fundamental factors such as laws, regulations, policies and institutions, both economic, social and political to be in line with the current or the conceptual framework for the development of the ad hoc master plan under the national strategy based on knowledge Taking into account the relevant factors as well as taking into account the expected effects of such actions carefully, improving and developing fundamental factors to promote recovery. and develop the country by accelerating development and improve critical infrastructure amendment of the law and the operation of the government to modernize, develop and apply the body of knowledge and innovation to enhance stability develop a management system manage risk including promoting and supports participation from network partners, the people's sector, the private sector, local governments, institutions and organizations. to reduce barriers, limitations, and promote recovery People, especially at risk groups, including the elderly and sustainable development of the country

Thailand and its preparedness need to focus on reducing vulnerabilities through mitigating vulnerabilities. And removing the former limitations facing the country with remedies to help those affected to their fullest potential under limited resources. and adjusting the direction of the development of models and approaches that are ongoing to be in line with the changing uncertainty as well as attaching importance to risk diversification to reduce the impact of uncontrollable external factors and is ready to adapt quickly to seek ways to create benefits from changes that occur in order to be ready for sustainable growth.

**Keywords:** good governance, bureaucracy 4.0

บทนำ



ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งจากภายใน และภายนอกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ การเกิดขึ้นของภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ และการเกิดโรคอุบัติใหม่หรือโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะในการเกิดภาวะระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) นี้ส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ผลักดันให้ผู้คนทั่วโลกเข้าสู่ “ความปกติรูปแบบใหม่” (New normal) ในทุกๆ ด้าน ทั้งไลฟ์สไตล์ ธุรกิจ สาธารณสุข และการศึกษา ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จะต้องปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเฉพาะภาครัฐ และระบบราชการไทย ซึ่งเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของประเทศ ก็ต้องมีการปฏิรูปเพื่อบริหารประเทศให้สามารถอยู่รอด และเจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ดังนั้น ผู้บริหารหน่วยงานราชการ ในฐานะผู้บริหารราชการขององค์กร จึงมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบราชการ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง โดยเฉพาะต่อประชาชน และภาครัฐ ไม่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระบบ และกลไกของรัฐที่มีความสำคัญต่อการให้บริการประชาชนมีปัญหาขาดระบบการบริหารจัดการที่ดีไม่สามารถดำเนินการกิจในสภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นบทเรียนอันสำคัญที่ทุกหน่วยงานของรัฐต้องนำมาพิจารณาเพื่อปรับกระบวนการทำงานใหม่ โดยเฉพาะการบริการประชาชน เพื่อให้มั่นใจว่าภารกิจหลักของราชการหรืองานบริการประชาชน ที่สำคัญสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้โดยไม่สะดุดหยุดลงแม้ว่าจะประสบกับวิกฤตการณ์หรือภัยพิบัติ

หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีประกอบด้วย 10 หลัก ได้แก่ หลักการตอบสนอง (Responsiveness) หลักประสิทธิผล (Effectiveness) หลักประสิทธิภาพ/คุ้มค่า (Efficiency/Value for money) หลักความเสมอภาค (Equity) หลักมุ่งเน้นฉันทามติ (Consensus Oriented) หลักการตรวจสอบได้/มีภาระรับผิดชอบ (Accountability) หลักเปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) หลักการกระจายอำนาจ (Decentralization) หลักการมีส่วนร่วม (Participation) และ หลักนิติธรรม (Rule of Law)

#### การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลในยุกระบบราชการ 4.0

สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนับว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรต่างๆ ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงาน การบริหารความต่อเนื่องจึงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยในการจัดการวางแผนเพื่อรองรับความไม่แน่นอนได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งในฐานะหน่วยงานภาครัฐในการบริหารราชการและให้บริการประชาชนในสภาวะวิกฤต ต้องพิจารณาดำเนินการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นแล้วยังคงปฏิบัติภารกิจและการบริการประชาชนที่สำคัญได้อย่างต่อเนื่อง คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563 เห็นชอบในหลักการของมาตรการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารราชการและให้บริการประชาชนในสภาวะวิกฤต ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) มีบทบาทที่สำคัญในการริเริ่ม ผลักดัน และเสนอแนะนโยบายต่อคณะรัฐมนตรีในเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อ



การปฏิบัตินิติราชการ และการพัฒนาระบบราชการ ผ่านกลไกต่างๆ เพื่อให้เกิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) และประโยชน์สุขของประชาชน

ระบบราชการ 4.0 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ กพร., www.opdc.go.th) เพื่อรองรับต่อยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ภาครัฐหรือระบบราชการจะต้องทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน (Better Governance, Happier Citizens) หมายความว่า ระบบราชการต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานใหม่เพื่อพลิกโฉม (transform) ให้สามารถเป็นที่เชื่อถือไว้วางใจและเป็นพึงของประชาชนได้อย่างแท้จริง (Credible and Trusted Government) ดังนี้

**1. เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน (Open & Connected Government)** ต้องมีความเปิดเผย โปร่งใสในการทำงาน โดยบุคคลภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทางราชการ หรือมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน และสามารถเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้ตลอดจนเปิดกว้างให้กลไกหรือภาคส่วนอื่น ๆ เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วม และโอนถ่ายภารกิจที่ภาครัฐไม่ควรดำเนินการเองออกไปให้แก่ภาคส่วนอื่น ๆ เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการแทน โดยการจัดระเบียบความสัมพันธ์ในเชิงโครงสร้างให้สอดคล้องกับการทำงานแนวระนาบ ในลักษณะของเครือข่าย มากกว่าตามสายการบังคับบัญชาในแนวดิ่ง ขณะเดียวกันก็ยังคงเชื่อมโยงการทำงานในภาครัฐด้วยตนเองให้มีเอกภาพและสอดคล้องประสานกัน ไม่ว่าจะบริหารราชการบริหารส่วนกลาง

**2. ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-Centric Government)** ต้องทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า โดยตั้งคำถามกับตนเองเสมอว่า ประชาชนจะได้อะไร มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยไม่ต้องรอให้เข้ามาติดต่อขอรับบริการหรือร้องขอความช่วยเหลือจากทางราชการ (Proactive Public Services) รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อมูลภาครัฐ (Big Government Data) และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ในการจัดบริการสาธารณะที่ตรงกับความต้องการของประชาชน (Personalized หรือ Tailored Services) พร้อมทั้งอำนวยความสะดวก โดยมีการเชื่อมโยงกันเองของทางราชการเพื่อให้บริการได้เสร็จสิ้นในจุดเดียว ประชาชนสามารถเรียกใช้บริการของทางราชการได้ตลอดเวลาตามความต้องการของตนและผ่านการติดต่อได้หลายช่องทางผสมผสานกันทั้งการติดต่อมาด้วยตนเอง เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย หรือแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ

**3. มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย (Smart & High Performance Government)** ต้องทำงานอย่างเตรียมการไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง สร้างนวัตกรรมหรือความริเริ่มและประยุกต์องค์ความรู้ในแบบสหสาขาวิชาเข้ามามีใช้ในการตอบโต้กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน เพื่อสร้างคุณค่า มีความยืดหยุ่นและความสามารถในการตอบสนองกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างทันเวลาตลอดจนเป็นองค์การที่มีขีดสมรรถนะสูง และปรับตัวเข้าสู่สภาพความเป็นสำนักงานสมัยใหม่ รวมทั้งทำให้ข้าราชการมีความผูกพันต่อการปฏิบัตินิติราชการ และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทของตน

**4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของระบบราชการ 4.0** ความสำเร็จของการพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 ต้องอาศัยปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 3 ประการ ได้แก่

1) การสานพลังระหว่างภาครัฐ และภาคส่วนอื่นๆ ในสังคม (Collaboration) เป็นการยกระดับการทำงานให้สูงขึ้นไปกว่าการประสานงานกัน (coordination) หรือทำงานด้วยกัน (cooperation) ไปสู่การร่วมมือกัน (collaboration) อย่างแท้จริง โดยจัดระบบให้มีการวางแผนเพื่อให้



บรรลู่วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการร่วมกันมีการระดมและนำเอาทรัพยากรทุกชนิดเข้ามาแบ่งปันและใช้ประโยชน์ร่วมกัน มีการยอมรับความเสี่ยงและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จที่เกิดขึ้นร่วมกันเพื่อพัฒนาประเทศหรือแก้ปัญหาความต้องการของประชาชนที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น จนไม่มีภาคส่วนใดในสังคมจะสามารถดำเนินการได้ลุล่วงด้วยตนเองโดยลำพังอีกต่อไป หรือเป็นการบริหารกิจการบ้านเมืองในรูปแบบ “ประชารัฐ”

2) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) เป็นการคิดค้นและแสวงหาวิธีการหรือ solutions ใหม่ ๆ ทำให้เกิด big impact เพื่อปรับปรุง และออกแบบการให้บริการสาธารณะ และนโยบายสาธารณะให้สามารถตอบโจทย์ความท้าทายของประเทศ หรือตอบสนองปัญหา ความต้องการของประชาชนได้อย่างมีคุณภาพ อันแปรผันไปตามสภาพพลวัตของการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยรูปแบบห้องปฏิบัติการ (Golan/Public Sector Innovation Lab) และใช้กระบวนการความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ในลักษณะที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจ และเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด (Empathize) ก่อนจะสร้างจินตนาการ (Ideate) พัฒนาต้นแบบ (Prototype) ทำการทดสอบ ปฏิบัติจริง และขยายผลต่อไป

3) การปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitization / Digitalization) เป็นการผสมผสานกันของการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลผ่านระบบคลาวด์ (cloud computing) อุปกรณ์ประเภทสมาร์ตโฟน และ เครื่องมือเพื่อการใช้งานร่วมกัน (collaboration tool) ทำให้สามารถติดต่อกันได้อย่างเรียลไทม์ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลอันสลับซับซ้อนต่าง ๆ ได้และช่วยให้บริการของทางราชการสามารถตอบสนองความคาดหวังของประชาชนที่ต้องการให้ ดำเนินการได้ในทุกเวลา ทุกสถานที่ทุกอุปกรณ์ และช่องทางได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย และประหยัด

ในส่วนของการข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ต้องได้รับการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางความคิด (mindset) ให้ตนเองมีความเป็นผู้ประกอบการสาธารณะ (Public Entrepreneurship) เพิ่มทักษะให้มีสมรรถนะที่จำเป็น และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตน อันจะช่วยให้สามารถแสดงบทบาทของการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change leader) เพื่อสร้างคุณค่า (public value) และประโยชน์สุขให้แก่ประชาชน

### สรุปเปรียบเทียบระหว่างระบบราชการแบบเดิมและระบบราชการแบบใหม่ ดังนี้

| เดิม  | ใหม่ (ระบบราชการ 4.0)  |
|---|--|
| การทำงานแยกตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน แม้มีการทำงานประสานงานกันระหว่างหน่วยงานแต่ยังไม่ใช้การบูรณาการอย่างแท้จริง (Autonomy, Separation)           | การทำงานร่วมกันแบบบูรณาการอย่างแท้จริง ในเชิงยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับการวางนโยบาย ไปจนถึงการนำไปปฏิบัติ (Collaboration)  |
| การทำงานยังไม่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบและ ยังเป็นการทำงานตามสายการบังคับบัญชาในแนวดิ่ง (Fragmentation, Hierarchy, Silo, Vertical | การทำงานมีการเชื่อมโยงผ่านระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ เชื่อมโยงทุกส่วนราชการในการบริการประชาชนและมีการบังคับบัญชาในแนวนอน (End-to-end process flow, Cross- |



|   |   |
|---|---|
| Approach)   | boundary management,<br>Program/Project Management Office,<br>Horizontal approach)  |
| ให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันอย่างตายตัว<br>ตามสิทธิพื้นฐานของ<br>บุคคลที่รัฐกำหนด (Standardization) | ให้บริการตามความต้องการเฉพาะบุคคลซึ่ง<br>สามารถออกแบบ /เลือกรูปแบบ / วิธีการใน<br>การขอรับบริการได้ (Customization,<br>Personalization)                                     |
| ระบบทำงานในแบบอนาล็อก (Analog)  | ระบบการทำงานที่ปรับเป็นดิจิทัลเต็มรูปแบบ<br>(Digitization)  |
| การดำเนินงานเชิงรับ ตามสถานการณ์ที่<br>เกิดขึ้น (Passive)   | การดำเนินงานที่ตอบสนองทันที/ทันเวลา/เชิง<br>รุกทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีการคาดการณ์ไว้<br>ล่วงหน้า (Pro-Active)   |
| ยึดกฎเกณฑ์และมุ่งเน้นแต่การปฏิบัติงานตาม<br>เป้าหมาย(Rule-based, Performance-<br>oriented)          | สร้างนวัตกรรม มีการควบคุมอย่างชาญฉลาด<br>มุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน (Innovation,<br>Smart regulation, Results oriented)  |
| ปฏิบัติงานตามนโยบาย ขับเคลื่อนโดยภาครัฐ<br>เป็นศูนย์กลาง (Government-driven)                        | ปฏิบัติงานโดยเน้นให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง<br>(Citizen-centric)   |
| ระบบการทำงานที่ล่าช้า มีต้นทุนสูง (Red<br>tape, Costly)   | สร้างคุณค่าในการให้บริการแก่ประชาชน ทำ<br>น้อยได้มาก (Creating value for the<br>public, Doing more and better with<br>less)   |
| เปิดเผยข้อมูลตามที่ร้องขอเฉพาะราย /<br>เปิดเผยข้อมูลจำกัด (Close system, Upon<br>Request only)      | เปิดเผยข้อมูลเป็นปกติ (default) ในรูปแบบที่<br>สามารถนำไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องร้องขอ<br>(Open system, Open access)  |
| การปฏิบัติงานตามขั้นตอนแบบเดิมๆ<br>(Routine Work)   | สามารถแก้ไขปัญหาโดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการ<br>ทำงานรูปแบบเดิมและสามารถตอบสนองได้<br>ทันที (Non-routine problem solving,<br>Real time capability)                            |
| ต่างหน่วยต่างทำงานกันลำพังโดยไม่มีการ<br>แบ่งปันทรัพยากรเพื่อใช้งานร่วมกัน (Stand-<br>alone)        | แบ่งปันทรัพยากรในการทำงานร่วมกัน เพื่อลด<br>ต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน<br>(Shared Services)  |
| วางนโยบาย และปฏิบัติงานโดยใช้ความรู้สึก<br>และคาดเดาเอาเอง (Intuition)                              | ปฏิบัติงานบนพื้นฐานของข้อมูล ความต้องการ<br>ของประชาชน และวางนโยบายที่สามารถ<br>นำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้จริง (Data-driven,<br>Demand-driven, Actionable policy<br>solutions) |
| บริการประชาชนเฉพาะในเวลาราชการ  | บริการประชาชนตลอดเวลา (On-demand  |



|   |   |
|---|---|
| (Office-hours only)                               | serivecs)   |
| มีความเชี่ยวชาญ/ชำนาญเฉพาะทาง (Expert/Specialist) | มีความสามารถในการใช้ความรู้แก้ปัญหา และข้อมูลสารสนเทศเพื่อแก้ไขปัญหา และสร้างคุณค่า (Knowledge worker) มีความสามารถในการเรียนรู้ (Educability) มีเหตุผลในเชิงจริยธรรม (Ethic ability) |
| ข้าราชการแบบดั้งเดิม (Public administrator)       | มีความเป็นผู้ประกอบการสาธารณะ (Public Entrepreneurship)   |

แนวทางการบริหารหน่วยงานภาครัฐในยุค New normal เป็นแนวคิด และทัศนคติของบุคลากรยุคใหม่ในการพัฒนาระบบราชการในยุค New normal การปรับโครงสร้างระบบบริหารในเรื่อง Multi Skill การจัดการเทคโนโลยี การปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงระบบราชการเดิมข้อกำหนดต่างๆ ในระบบราชการ ต้องศึกษาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบราชการ นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของระบบราชการไทย เพราะเป็นการปฏิรูประบบราชการที่ได้บูรณาการความคิดและเครื่องมือในการบริหารอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงกัน โดยที่ผู้บริหารระดับสูงได้วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของสถานการณ์ที่พร้อมจะก้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้วยระบบเทคโนโลยี เข้ามาพลิกโฉมหน่วยงานภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (Government 4.0 หรือ Gov. 4.0) อันเป็นฟันเฟือง และเสาหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องกับทิศทางในการบริหารงานของประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว

อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการพัฒนาระบบราชการต้องอาศัยการมีส่วนร่วม และความรู้ความเข้าใจของฝ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวข้าราชการเอง ฝ่ายการเมือง และประชาชนผู้เป็นเจ้าของระบบราชการ ซึ่งก็หวังว่ารายงานฉบับนี้จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการเหตุผล และเครื่องมือทางการบริหาร ที่ได้มีการนำมาใช้ในการพัฒนาระบบราชการ และหวังว่าหากทุกๆ ฝ่ายได้ร่วมกันผลักดันการพัฒนาระบบราชการให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จตามที่ต้องการในวันนั้นข้าราชการไทยอาจเป็นผู้ที่พร้อมที่จะปฏิบัติราชการ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนอย่างแท้จริงในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

### ทำไมจึงต้องใส่ใจผู้สูงอายุเป็นพิเศษ

เนื่องจากขณะนี้มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในชุมชนเป็นวงกว้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และมีแนวโน้มจะกระจายไปทั่วประเทศ ซึ่งเชื่อกันว่าติดต่อกันได้ทางละอองฝอยของสารคัดหลั่ง เช่น น้ำมูก น้ำลาย ละอองจากการไอจามหรือการพูดคุยใกล้ชิด ในระยะ 1-1.5 เมตร และการสัมผัสสารคัดหลั่งที่อยู่ตามสิ่งของต่างๆ แล้วไปโดนเยื่อต่างๆ เช่น ตา จมูก ปาก ประกอบกับการแพร่เชื้อสามารถติดต่อกับผู้ที่ติดเชื้อที่ยังไม่แสดงอาการได้ โดยหากมีการติดเชื้อในผู้ที่ร่างกายไม่แข็งแรงรวมถึงผู้สูงอายุ จะมีโอกาสเสียชีวิตมากกว่าคนทั่วไปเนื่องด้วยสภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง ภูมิคุ้มกันลดลงตามวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคปอดเรื้อรังโรคไตเรื้อรัง โรคหัวใจและหลอดเลือดโรคมะเร็ง เป็นต้น



รัฐบาลได้ขอความร่วมมือให้ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยงรวมทั้งผู้สูงอายุ งดเที่ยวในบ้านให้มากที่สุด เพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อ อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุจำนวนมากต้องการการดูแลจากญาติหรือผู้ดูแลที่ยังมีความจำเป็นต้องออกไปนอกบ้านเพื่อทำงาน หรือ ไปหาซื้อของกินของใช้เข้ามาในบ้าน จึงมีโอกาสนำเชื้อจากภายนอกมาสู่ผู้สูงอายุ อีกทั้งการจำกัดบริเวณให้ผู้สูงอายุอยู่แต่ในบ้านเป็นเวลานานติดต่อกันหลายเดือน อาจส่งผลให้สภาพร่างกาย และสมองของผู้สูงอายุถดถอยลงจนเกิดภาวะฟุ้งฟิงในระยะยาว รวมทั้งเกิดความเครียด ทั้งหมดนี้จะส่งผลกระทบต่อทั้งครอบครัวทั้งในระยะสั้น และระยะยาว จึงมีความจำเป็นต้องมีแนวทางในการดูแลผู้สูงอายุในสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด -19 เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาวะไม่พึงประสงค์ดังกล่าว

### จะป้องกันเชื้อโควิด -19 ไม่ให้แพร่สู่ผู้สูงอายุได้อย่างไร

ผู้ที่เสี่ยงติดเชื้อเช่น มีประวัติสัมผัสใกล้ชิดกับผู้ป่วยที่ได้รับการยืนยันว่าติดเชื้อโควิด -19 หรือ ผู้เดินทางกลับจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล หรือแหล่งที่มีการติดเชื้อในชุมชนในวงกว้างทุกรายต้องแยกตัวออกจากผู้อื่น และไม่เข้าไปใกล้ชิดหรือสัมผัสผู้สูงอายุ และ เด็ก อย่างเด็ดขาด (เนื่องจากเด็กร่างกายไม่แข็งแรงเท่าผู้ใหญ่เด็กมักจะไปใกล้ชิดกับผู้สูงอายุและเด็กอาจไม่เข้าใจวิธีและขาดความระมัดระวังในการป้องกัน) โดยให้สังเกตอาการอย่างน้อย 14 วัน

\* ห้ามไม่ให้ผู้ที่มีไข้ตัวร้อน หรือมีอาการผิดปกติทางระบบทางเดินหายใจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ไอ เจ็บคอ มีน้ำมูก หายใจเร็ว หายใจเหนื่อย หายใจลำบากเข้าเยี่ยมผู้สูงอายุโดยเด็ดขาด

\* งด/ลดการมาเยี่ยมจากคนนอกบ้านให้น้อยที่สุด โดยแนะนำให้ใช้การเยี่ยมทางโทรศัพท์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ แทน

\* ในขณะที่เข้าเยี่ยมผู้สูงอายุ ใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าทุกครั้ง ลดการเข้าใกล้หรือสัมผัสกับผู้สูงอายุลงเหลือเท่าที่จำเป็น โดยรักษาระยะห่างอย่างน้อย 2 เมตร

### ผู้ดูแลหลักของผู้สูงอายุ และตัวผู้สูงอายุ

ควรจัดให้มีผู้ดูแลหลักคนเดียว โดยเลือกคนที่สามารถอยู่บ้านได้มากและจำเป็นต้องออกไปนอกร้านน้อยที่สุดแต่สามารถสลับสับเปลี่ยนผู้ดูแลหลักได้แต่ไม่ควรเปลี่ยนบ่อย และต้องแน่ใจว่าผู้จะมาเป็นผู้ดูแลหลักคนใหม่ต้องไม่ใช่ผู้ที่มีประวัติติดเชื้อดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

\* ระหว่างมีการระบาดทั้งผู้ดูแลหลักและผู้สูงอายุควรกักตัวอยู่แต่ในบ้านให้มากที่สุด

\* ทั้งผู้ดูแลหลัก และผู้สูงอายุควรหลีกเลี่ยงการคลุกคลีกับเด็ก (เด็กมักจะไปใกล้ชิดกับผู้สูงอายุและเด็กอาจไม่เข้าใจวิธีและขาดความระมัดระวังในการป้องกัน)

\* หากผู้สูงอายุหรือผู้ดูแลต้องออกนอกร้าน ควรเลือกเวลาออกจากบ้านที่ไม่เจอกับความแออัด หลีกเลี่ยงการใช้ขนส่งสาธารณะและการไปในที่แออัด ต้องรีบทำธุระให้เสร็จโดยเร็ว ให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ทุกครั้งพกแอลกอฮอล์เจลไปด้วยโดยทำความสะอาดมือทุกครั้ง

\* ล้างมือด้วยการฟอกสบู่อย่างน้อย 20 วินาทีแล้วล้างออกด้วยน้ำสะอาด หรือทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์เจล โดยทิ้งไว้ให้ชุ่มไม่แห้งเร็วกว่า 20 วินาที ทุกครั้งเมื่อกลับเข้าบ้าน ก่อนเตรียมอาหาร ก่อนรับประทานอาหาร หลังการไอจาม และหลังเข้าห้องน้ำทุกครั้ง

ดูแลผู้สูงอายุอย่างไรไม่ให้เกิดการถดถอยของร่างกาย สมอง และ เกิดความเครียดระหว่างที่ผู้สูงอายุต้องกักตัวอยู่กับบ้าน



โดยยึดหลัก 5 อ. ได้แก่ อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ เอนกายพักผ่อน ออกห่างสังคมนอกบ้าน ดังนี้

**อาหาร** รับประทานอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะปรุงสุกใหม่ๆไม่รับประทานอาหารที่หวานหรือเค็มเกินไปเน้นอาหารที่มีโปรตีนสูงเสริมภูมิคุ้มกัน และควรให้รับประทานอาหารที่หลากหลายครบ 5 หมู่ เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย และสมอง

**ออกกำลังกาย** ชวนผู้สูงอายุออกกำลังกายด้วยท่าต่างๆเช่น การเดิน หรือแกว่งแขนออกกำลังกายในบ้านอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 5 วัน วันละ 30 - 60 นาที หรือเท่าที่ทำได้ตามสภาพของผู้สูงอายุ

**อารมณ์** หยุดรับข่าวสารที่มากเกินไป โดยจำกัดการติดตามข้อมูลประมาณวันละ 2 ครั้ง ในตอนเช้า และตอนเย็นหรือตอนกลางคืน เพื่อป้องกันภาวะวิตกกังวลจากการรับข่าวสารมากเกินไป ควรกังวลหรือตระหนกกับข่าวร้ายให้มาก ผู้สูงอายุคือผู้ที่ผ่านความยากลำบาก และโรคร้ายแรงต่างๆมาแล้ว ท่านจะเป็นผู้ให้หลักคิดแก่ลูกหลานได้

**เอนกายพักผ่อน** ผู้สูงอายุต้องพักผ่อนให้เพียงพอ การนอนสำคัญมาก ควรให้นอนประมาณไม่เกิน 3 ทุ่ม เพื่อให้พักผ่อนได้เต็มที่ยาวนาน นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ 7 - 9 ชั่วโมง/วัน

#### ออกห่างสังคมนอกบ้าน

ระหว่างมีการระบาดทั้งผู้สูงอายุ และ ผู้ดูแลควรเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านให้มากที่สุดแต่ญาติหรือผู้ดูแลที่ยังต้องออกไปนอกบ้านด้วยเหตุผลความจำเป็นต่างๆ ไม่ควรเข้าไปคลุกคลีกับผู้สูงอายุ รักษาระยะห่างอย่างน้อย 2 เมตร และควรใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าทุกครั้งเข้าไปพูดคุยกับผู้สูงอายุ

การทำกิจกรรมที่ผู้สูงอายุชื่นชอบ มีความถนัด มีความภูมิใจ เช่น ทำอาหาร เล่นดนตรี วาดรูป อ่านหนังสือ ดูโทรทัศน์ ปลูกต้นไม้ ทำสวน ฯลฯ หัวใจสำคัญที่สุด คือ ต้องรู้ก่อนว่าผู้สูงอายุในบ้านของเราชอบอะไรแล้วหากิจกรรมที่สอดคล้องกับที่ผู้สูงวัยชื่นชอบ

#### บทบาททางการบริหาร (Management Roles)

เป็นกลุ่มของพฤติกรรมทางการบริหารที่ได้จัดหมวดหมู่ไว้เป็นการเฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรกระทำ ถ้าเป็นความคาดหวังว่าผู้ที่อยู่ตำแหน่งบริหารหรือผู้จัดการพึงปฏิบัติ

Henry Mintzberg (1994) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า บทบาทของผู้บริหารที่สำคัญมี 10 ประการ ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลักซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างมากทุกบทบาท คือ

- 1) บทบาทด้านมนุษยสัมพันธ์ (Interpersonal Roles) ได้แก่
- 2) บทบาทด้านข่าวสาร (Information Roles) ได้แก่
- 3) บทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional Roles)

ในปัจจุบันมักจะพบผู้บริหารทำงานเคียงบ่าเคียงไหล่ไปกับผู้ใต้บังคับบัญชา ให้คำแนะนำและสนับสนุนในสิ่งที่คนเหล่านั้นต้องการเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลัง ความสามารถผู้บริหารที่มีผลงานในระดับสูงจะเก่งเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ในงานกับคนอื่นๆ และช่วยให้คนอื่นได้พัฒนาทักษะและความสามารถในการปฏิบัติงานส่งเสริม สนับสนุนทีมงาน และสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จะส่งเสริมให้การทำงานเกิดความพึงพอใจแก่คนที่ได้รับมอบหมายงานนั้นๆ หน้าที่ของผู้บริหารหรือผู้จัดการ หน้าที่การจัดการเป็นงานของผู้จัดการในการวางแผน การจัดองค์กร การชักนำ และการควบคุม



## การจัดการเป็นกิจกรรมที่สำคัญในทุกระดับขององค์กร

ทักษะทางการบริหารหรือการจัดการ (Managerial Skills) มีความสำคัญต่อผู้บริหารในการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วง โดยผันแปรไปตามระดับชั้นขององค์กร ทักษะหรือความถนัด (Skill) คือ ความสามารถในการเข้าใจความรู้ ความสามารถเชิงปฏิบัติ โดย Robert Katz ได้เสนอว่าทักษะที่สำคัญของผู้บริหารมี 3 อย่าง คือ

1) ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) คือ ความรู้ความสามารถในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการ กระบวนการและวิธีการปฏิบัติงาน

2) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Skills) คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความพยายามเพื่อให้เกิดความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และการเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน

3) ทักษะด้านการประสมแนวความคิด (Conceptual Skills) คือ ความสามารถในการมองภาพรวมเพื่อที่จะได้ทราบถึงองค์ประกอบของสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น สามารถนำมาใช้ประโยชน์กับองค์กรหรือการบริหารของตนเองได้

### การดำเนินงานขององค์กร

ทรัพยากร หรือถ้าเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรก็สามารถสร้างความมั่งคั่งให้กับสังคมนั้น คือ ให้บริการสาธารณูปโภคที่มีค่ามากกว่าต้นทุนที่ได้ลงไป เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น

### ระบบการบริหาร (Managing System)

ระบบ (System) คือกลุ่มของส่วนต่างที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและมีความเกี่ยวข้องกัน ในลักษณะที่ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อที่จะกระทำกิจกรรมให้สำเร็จตามที่ต้องการโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ระบบปิด (Closed System) เป็นระบบที่ไม่ได้ผลกระทบจากอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งเป็นทัศนะแบบดั้งเดิม

2) ระบบเปิด (Open System) เป็นระบบที่ได้รับผลกระทบและมีการตอบสนองจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อระบบนั้นๆ

**การบริหารจัดการในสถานะที่แตกต่างกันและมีการเปลี่ยนแปลง** การจัดการตามสถานะของสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ (Contingency perspective and situation approach) หมายถึง การที่องค์กรต้องยอมรับ และตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความจริงที่ว่า องค์กรแต่ละองค์กรนั้นมีความแตกต่างกันเผชิญกับสถานะของสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงต้องการวิธีการในการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน

### การจัดการที่สร้างประสิทธิภาพให้กับองค์กร (PLOC)

**1. การวางแผน (Planning)** คือ การกำหนดกิจกรรมตลอดจนภารกิจต่างๆ ที่ต้องปฏิบัติเอาไว้ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้เป็นแนวทางตลอดจนทิศทางในการปฏิบัติงาน การวางแผนควรต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ และขั้นตอนที่จะทำให้บรรลุผลตามที่ต้องการ ซึ่งการวางแผนนั้นมีหลายประเภท ได้แก่

**การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning)** : การวางแผนกลยุทธ์นั้นจำเป็นต้องใส่ใจรายละเอียดมากมาย ตั้งแต่เรื่องของคู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ไปจนถึงจุดแข็ง และจุดอ่อน



ขององค์กร ตลอดจนตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้ไม่ใช่แค่การวางแผนการทำงาน แต่เป็นการวางแผนยุทธศาสตร์ในการทำธุรกิจ ที่มีแผนครอบคลุมหลายมิติ ตลอดจนมีการวางแผนฟังก์ชันอย่างชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางของการใช้กลยุทธ์บริหารจัดการรวมถึงปฏิบัติการนั่นเอง การวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้นมักใช้ปฏิบัติงานกับฝ่ายบริหาร ตลอดจนระดับหัวหน้างาน

**การวางแผนเชิงยุทธวิธี (Tactical Planning) :** การวางแผนเชิงยุทธวิธีนี้จะเน้นไปยังการปฏิบัติการเป็นหลัก ใส่ใจการปฏิบัติการทุกขั้นตอนที่จะทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี การวางแผนเชิงยุทธวิธีนี้มักต่อยอดมาจากการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ต้องให้สอดคล้องกัน และมักใช้กับฝ่ายปฏิบัติในระดับหัวหน้าและลูกน้องนั่นเอง

**การวางแผนเชิงบริหารจัดการ (Operational Planning) :** การวางแผนเชิงบริหารจัดการนี้จะเน้นไปยังกระบวนการในการทำงาน ตลอดจนการประสานให้การทำงานแต่ละแผนกสอดคล้องกันเสียมากกว่า และทำให้การทำงานราบรื่นทั้งในส่วนแผนกและองค์กรรวม เน้นระบบ ระเบียบ และการแก้ไขปัญหาด้านระบบการทำงาน มักนำไปใช้ตั้งแต่ฝ่ายบริหารไปจนถึงฝ่ายปฏิบัติการในระดับหัวหน้า เพื่อให้การทำงานภาพรวมสอดคล้องและราบรื่น

**2. การจัดการองค์กร (Organizing)** คือ การกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง กำหนดบทบาทหน้าที่ ตลอดจนการท างานของทุกภาคส่วนให้สอดคล้อง ราบรื่น และไม่ทับซ้อนกัน การจัดการองค์กรยังรวมถึงการจัดระเบียบในการท างานที่จะทำให้การทำงานไม่สะดุด จัดสรรคนให้เหมาะสมกับงาน จัดการงานให้เป็นระบบระเบียบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด

**3. ภาวะการณเป็นผู้นำ (Leading)** คือ ภาวะในการควบคุมการทำงานให้สำเร็จลุล่วงโดยต้องสามารถสร้างแรงจูงใจให้ทุกคนอยากร่วมทำงานได้ ต้องบริหารงานบุคคลได้ดี ต้องเข้าใจการท างานของตนเอง และผู้ใต้บังคับบัญชา รวมถึงมีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้ดี และมีการตัดสินใจที่รอบคอบ ฉับไว ดีเยี่ยม สามารถที่จะนำพาทุกคนบรรลุเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จได้

**4. การควบคุม (Controlling)** คือ การดูแลบุคลากรตลอดจนการทำงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามประเมินผลว่าการปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามที่วางไว้หรือไม่ บรรลุวัตถุประสงค์หรือเปล่า มีความสำเร็จมากน้อยเพียงไร การควบคุมนั้นยังหมายถึงการจัดการกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลกระทบกับการท างานน้อยที่สุดอีกด้วย

## ข้อเสนอแนะภาครัฐในการปรับตัวเข้าสู่ยุค New normal

การระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ GDP ทั่วโลกติดลบ โดยประเทศไทยจากที่เคยเติบโต 2.4% คาดว่าปีนี้จะ -5.3% (BBC news, 2563) ซึ่งเป็นผลจากทั้ง COVID-19 รวมถึงปัญหาภัยแล้ง หนี้ภาครัฐวเรื้อรัง และช่องว่างทางฐานะ แม้ว่าภาพรวมจะน่าเป็นห่วง แต่โอกาสก็ยังมี เมื่อดูจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อาทิ การชื้อปออนไลน์ที่มากขึ้น สั่งอาหารออนไลน์มากขึ้น การประชุมทางไกล (Work from Home) การศึกษาทางไกล (Learn from home) การชำระเงินด้วย Mobile banking โดย Nielsen ได้วิเคราะห์ถึง 4 พฤติกรรมที่จะกลายเป็น New normal (ความปกติแบบใหม่ในสังคม) หลังจบ COVID-19 ที่ผู้ประกอบการควรเตรียมพร้อมเพื่อปรับตัว

**คุ้นชินกับดิจิทัล** สถานการณ์นี้จะช่วยให้คนคุ้นชินกับเทคโนโลยี เมื่อผู้บริโภคคุ้นชินกับการใช้ดิจิทัล ส่งผลให้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นเร็วมาก และเป็นโอกาสทางการตลาดในแง่ส่งเสริมการขาย



ซึ่งลูกค้าได้ทดลองสินค้าโดยไม่ต้องใช้พนักงาน (personal touch) แต่ใช้เทคโนโลยีอย่าง AR/VR แทน และมีความปลอดภัย รวมถึงอุปกรณ์ที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้ เป็นมือถือระบบ 3G, 4G จึงเป็นแนวโน้มสำคัญว่าปี 2020 เป็นต้นไป ประชาชนจะหันมาใช้โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และเน็ตบุ๊กทั้งหมดที่เชื่อมต่อสัญญาณไร้สาย เพราะมีความเร็วเทียบเท่าการใช้เน็ตบ้านนั่นเอง

**Social Media กลายเป็นสื่อหลักในชีวิตประจำวัน** จากสถานการณ์ของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคเช็คข่าวเฉลี่ย 12 ครั้ง/สัปดาห์ Social และ Chat App กลายเป็นที่รับข่าวสารโดยตอนนี้คนใช้สื่อเยอะมาก ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ทั้งรายการข่าว และความบันเทิง ดังนั้นช่วงนี้ เป็นจังหวะที่จะได้โฟกัสกับคนดูมากขึ้น แต่ต้องมี Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้นด้วยทั้งในเชิงคอนเทนต์ และช่องทาง ขณะที่ Social media กำลังจะเป็น Main Stream หรือสื่อหลักที่คนรับข่าวจาก Social มากกว่าสื่อปกติ อย่างประเทศจีนการเสพข่าวใน Social กลายเป็น Main Stream ไปแล้ว โดยไทยเอง 86% เสพข่าวจาก Social รองลงมาเป็นที่วี 79%

ศ.นพ.ยง ภูวรวรรณ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านไวรัสวิทยา ได้ออกมาโพสต์ข้อความเผยข่าวดีภาพรวมของความเสี่ยงจากโควิด-19 ลดลง เนื่องจากมีภูมิจากการฉีดวัคซีน และภูมิด้านทานตามธรรมชาติ อนาคตหากไทยเน้นลดอัตราการป่วยหนัก และเสียชีวิตได้ เศรษฐกิจและสังคมก็อาจจะดีขึ้นด้วย เมื่อประชากรส่วนใหญ่ได้รับวัคซีน หรือมีการติดเชื้อ สร้างภูมิด้านทานขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ทางตะวันตกเอง ขณะนี้จึงเน้นการให้วัคซีนเข็มกระตุ้นในกลุ่มเสี่ยงที่มีโรคประจำตัว อายุมากกว่า 60 ปี สตรีตั้งครรภ์ เพราะเป็นกลุ่มที่จะทำให้มีความรุนแรง และเสียชีวิตได้ ทำให้ในปีนี้วัคซีนที่ผลิตมาจะมีความต้องการน้อยลงอย่างมาก และจะมีปริมาณวัคซีนเหลือเพื่อเกินความต้องการ

**ชีวิตวิถีใหม่ (New normal)** ดังกล่าวข้างต้น ได้ส่งผลทำให้ภาครัฐต้องปรับบทบาทขนาดใหญ่ในด้านการให้บริการของภาครัฐจะต้องมีความรวดเร็ว ใช้เวลาน้อย ทันทต่อเหตุการณ์ มีความเป็นธรรมโปร่งใส/ตรวจสอบได้ เข้าถึงทุกกลุ่มโดยเน้นการให้บริการตามความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริงรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ดียิ่งขึ้น ส่วนในด้านวิธีการบริหารจัดการ ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมในการทำงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมทั้งการสร้างใจไว้วางใจให้กับประชาชน (Public trust) ทั้งนี้ภาครัฐจะต้องเพิ่มบทบาทในการเป็นผู้นำ (Lead) ในการร่วมคิด ร่วมทำ รวมทั้งปรับกระบวนการและวิธีการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีและเครื่องมือใหม่ๆ มาปรับใช้ตามความเหมาะสม และความสามารถทางงบประมาณการคลังของประเทศ

## สรุป

สังคมไทยกับการพร้อมรับ ในการบริหารจัดการภายใต้สภาวะวิกฤตให้ประเทศยังคงยืนหยัด และต้านทานความยากลำบาก รวมถึงสามารถฟื้นคืนกลับสู่สภาวะปกติได้อย่างรวดเร็วเมื่อภาวะวิกฤตผ่านพ้นไป ซึ่งการสร้างความสามารถของประเทศในการพร้อมรับนั้นต้องให้ความสำคัญกับการลดความเปราะบางผ่านการลดจุดอ่อน และขจัดข้อจำกัดเดิมที่ประเทศเผชิญพร้อมกับการเยียวยาช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างเต็มที่ศักยภาพภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดการปรับตัวและการปรับทิศทางการพัฒนารูปแบบ และแนวทาง ที่ดำเนินการอยู่ให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงความไม่แน่นอน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการกระจายความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ และพร้อมที่จะปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อแสวงหาแนวทางในการ



สร้างสรรค์ประโยชน์จากกาเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง และปัจจัยพื้นฐาน เช่น กฎหมาย ระเบียบ นโยบาย และสถาบัน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง ให้สอดคล้องกับกระแส หรือกรอบแนวคิดการพัฒนาของแผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

การเปลี่ยนแปลงที่จะส่งผลกระทบต่อศักยภาพโดยรวมของประเทศ เพื่อพลิกวิกฤตจากแรงกดดันทั้งภายนอก และภายในให้เป็นโอกาสสำหรับการพัฒนาประเทศสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพทั่วถึง เป็นธรรม และยั่งยืนต่อไป ประเทศสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางภาวะวิกฤต ทุกภาคส่วนสำคัญต้องมีความเข้มแข็งซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันจากภายในมีการเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากทั้งภายในและภายนอก จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล บนพื้นฐานของความรู้ โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ การปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการฟื้นฟู และพัฒนาประเทศ โดยการเร่งรัดพัฒนา และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ แก้ไขปรับปรุงกฎหมาย และการดำเนินงานของภาครัฐให้ทันสมัย พัฒนา และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรมเสริมสร้างความมั่นคง พัฒนาระบบการบริหาร จัดการความเสี่ยง รวมถึงส่งเสริม และสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่าย ภาคประชาชน ภาคเอกชน ท้องถิ่น สถาบัน และองค์กรต่างๆ เพื่อลดอุปสรรค ข้อยกจำกัด ส่งเสริมการฟื้นฟู และพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

## เอกสารอ้างอิง

- นำชัย ชีววิวรรณ. Covid-19 โรคระบาดแห่งศตวรรษ. กรุงเทพมหานคร: มติชน, 2563.
- ศ.นพ.ยง ภู่วรวรรณ. “โควิด” แหล่งที่มา: MGR. onlinesection. <https://mgronline.com>. พฤษภาคม 2564.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ กพร., แหล่งที่มา: [www.opdc.go.th](http://www.opdc.go.th). พฤษภาคม 2564.
- Hideya SAKURAI. “Healthy Japan 21”, Japan Medical Association. February 2003.
- Henry, Mintzberg. *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Great Britain : Prentice Hall Europe, 1994.
- The Legislative Council Secretariat. “Dental care services for elderly in Hong Kong”, *Research Brief*. December 2016. Issue No. 2 2016 – 2017.

มจร



ภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์กรการปกครอง  
ส่วนท้องถิ่นกับการนำนโยบายการป้องกัน  
โรคไวรัสโคโรนา 2019

ดร.พัฒนพงศ์ จงรักดี  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 12, 2021, Revised November 4, 2021, Accepted December 2, 2021

**บทคัดย่อ**

ภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นกับการนำนโยบายการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า สิ่งที่ทำทลายความสามารถ คือ ความสามารถนำพาองค์กรของตนให้อยู่ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้หรือไม่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมองเห็นการเปลี่ยนแปลงว่าเป็นโอกาส การทราบวิธีการค้นหาการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้อง และทราบวิธีที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพทั้งจากภายนอก และภายในองค์กร ดังนี้ 1) ด้านนโยบายการสร้างอนาคต 2) ด้านวิธีการอย่างเป็นระบบ และคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลง 3) ด้านวิธีที่ถูกต้องในการสร้างความคุ้นเคยกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายใน และภายนอกองค์กร 4) ด้านนโยบายในการสร้างสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงกับความต่อเนื่อง เพราะนโยบายการสร้างสรรคสิ่งใหม่อย่างเป็นระบบ

ดังนั้นภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสามารถสร้างจิตสำนึกให้องค์กรในฐานะที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังทำให้องค์กรมองเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นคือโอกาสที่เกิดขึ้นมาใหม่ภายใต้บทบาทสำคัญ

**คำสำคัญ:** ภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร.





## Leadership and the change of management of local government organizations and the adoption of the Coronavirus Disease Prevention Policy 2019

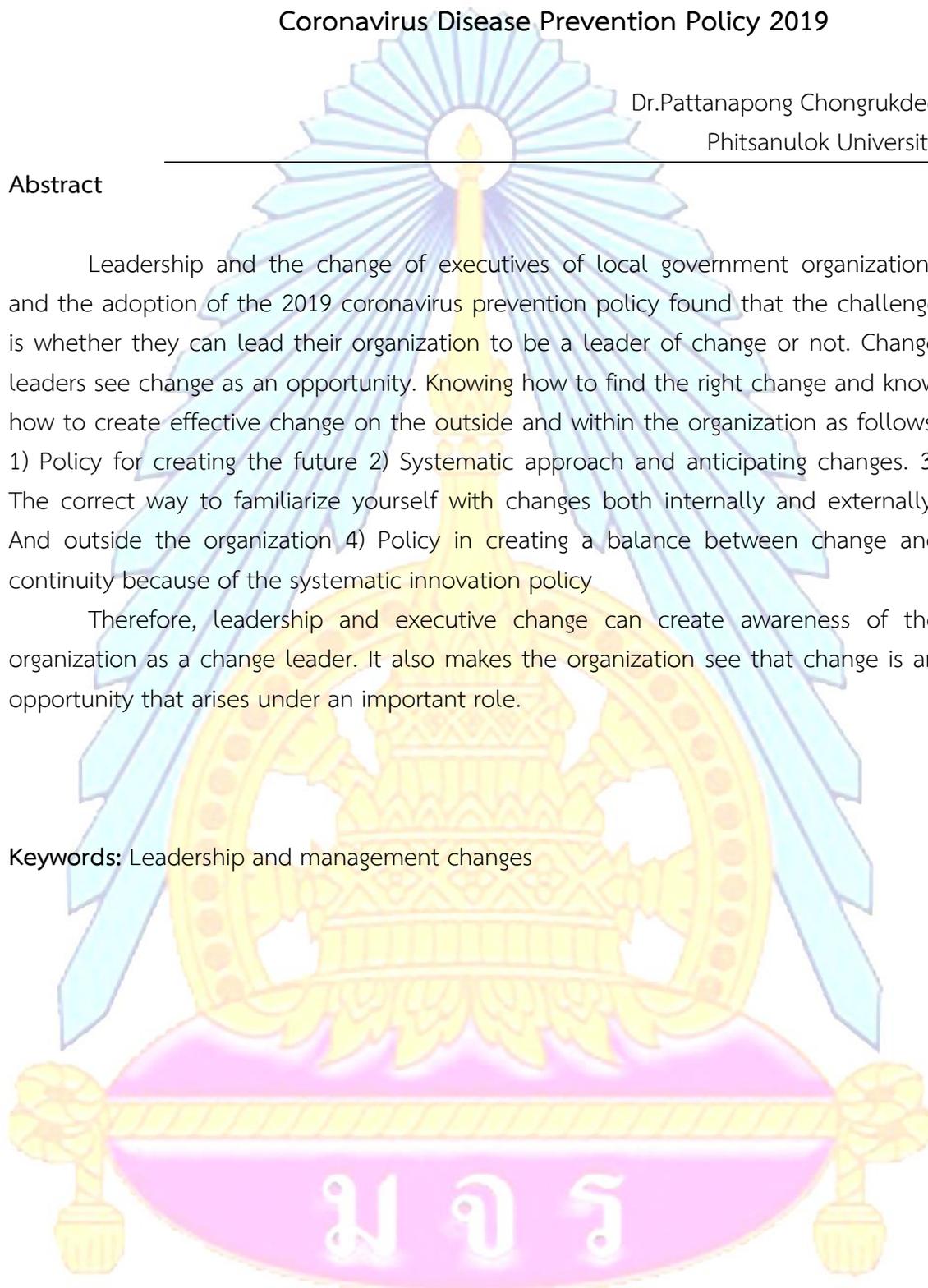
Dr.Pattanapong Chongrukdee  
Phitsanulok University

### Abstract

Leadership and the change of executives of local government organizations and the adoption of the 2019 coronavirus prevention policy found that the challenge is whether they can lead their organization to be a leader of change or not. Change leaders see change as an opportunity. Knowing how to find the right change and know how to create effective change on the outside and within the organization as follows: 1) Policy for creating the future 2) Systematic approach and anticipating changes. 3) The correct way to familiarize yourself with changes both internally and externally. And outside the organization 4) Policy in creating a balance between change and continuity because of the systematic innovation policy

Therefore, leadership and executive change can create awareness of the organization as a change leader. It also makes the organization see that change is an opportunity that arises under an important role.

**Keywords:** Leadership and management changes





## บทนำ

สถานการณ์ไวรัสโคโรนา-19 ในปัจจุบัน มีการแพร่ระบาดจากคนสู่คน ผ่านฝอยละอองที่ออกมาจากปากและจมูกของผู้ติดเชื้อไปสู่คนใกล้ชิด ส่งผลให้มีผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก และโรคนี้จะมีผลกระทบรุนแรงมากเป็นพิเศษในผู้สูงอายุ และผู้มีโรคประจำตัว ดังนั้นการดูแลสุขอนามัยส่วนบุคคลและสุขลักษณะสถานที่ที่อาจเสี่ยงต่อการรับสัมผัสเชื้อโรคถือว่าเป็นมาตรการที่สำคัญมาก ที่จะช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของโรคได้ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโรคโควิด-19 ทั้งในประเทศไทย และทั่วโลกทำให้จำนวนผู้ป่วย และผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากโรคดังกล่าวสามารถติดต่อได้ง่าย ผ่านทางการไอ จาม การสัมผัสโดยตรงกับสารคัดหลั่งของผู้ติดเชื้อโดยองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern) และแนะนำทุกประเทศให้เร่งรัดการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรค อย่างเข้มข้น

หลักการจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อม ต้องมีการดำเนินงานอย่างครอบคลุม เพื่อตัดวงจรการเกิดโรค ตั้งแต่ แหล่งกำเนิด ช่องทางการรับสัมผัส และการดูแลผู้รับสัมผัส โดยยึดหลักการป้องกันไว้ก่อน ภายใต้การเสริมสร้างสุขอนามัยส่วนบุคคล และการจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานที่ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ครอบคลุมทุกลักษณะความเสี่ยงของสิ่งแวดล้อม เพื่อลด และหลีกเลี่ยงการรับสัมผัส และปนเปื้อนเชื้อโรค โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประมวลข้อมูลแนวทางคำแนะนำการดำเนินงานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน ที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ มีขอบเขต ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานระยะเกิดการระบาดของโรคติดต่อสู่ชุมชน และการจัดการเพื่อลดผลกระทบ และการฟื้นฟูด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมชุมชน ท้องถิ่น เพื่อคืนสู่สภาพปกติ เมื่อสถานการณ์การระบาดของโรคคลี่คลายลง

## แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำ มีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน และผู้ตาม โดยเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงาน และผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาศักยภาพของผู้ร่วมงาน และผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของทีม และองค์การ จูงใจผู้ร่วมงาน และผู้ตามมองไกลเกินกว่าความสนใจของตนเอง ของพรรคพวกให้เขามองเห็นประโยชน์ต่อกลุ่มองค์กร และสังคม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบด้วยลักษณะเฉพาะ 4 ประการ หรือที่เรียกว่า 4I's คือ

1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการมีคุณลักษณะพิเศษ (Idealized Influence of Charisma Leadership) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่างหรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้เกิดผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำ และต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา

2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) หมายถึง การที่ผู้นำจะประพฤติในทางที่จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การให้ความหมายและ ทำหายในเรื่องของงานของผู้ตาม ผู้นำจะกระตุ้นจิตวิญญาณของทีมงานให้มีชีวิตชีวา ผู้นำจะทำให้ ผู้ตาม



สัมผัสกับภาพที่งดงามของอนาคต ผู้นำจะแสดงความเชื่อมั่น และความความตั้งใจต่อเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ร่วมกัน ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตนเพื่อวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร

3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้น ผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ มีการตั้งสมมติฐานการเปลี่ยนกรอบการมองปัญหา และการเผชิญกับสถานการณ์เก่าๆด้วยวิถีทางแบบใหม่ ๆ

4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช และเป็นพี่เลี้ยงของผู้ตามแต่ละคน

**สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ ( 2555).** กล่าวว่าผู้นำมี 2 ระดับ โดยแต่ละระดับจะมีบทบาทแตกต่างกัน ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับองค์การในการวางกลยุทธ์ขององค์กร

1. ภาวะผู้นำในระดับสูง (upper-echelon leadership) ได้แก่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายรวมขององค์กรตลอดจนปรัชญา และหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างๆ ให้มีความเหมาะสม ผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวมีขอบเขตความรับผิดชอบครอบคลุมทั้งองค์การรวมทั้งเน้น การดำเนินงานภายนอกองค์กรจึงเป็นลักษณะภาวะผู้นำแบบมหภาคคือมีบทบาทที่ส่งผลกระทบต่อทั้งองค์การจึงเรียกภาวะผู้นำในระดับสูงนี้ว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพราะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้ดี เป็นผู้สร้างองค์การให้มีความสามารถในการยืดหยุ่นและปรับตัวอยู่เสมอ และมีมุมมองระยะยาวที่เป็นเป้าหมายในการนำทางให้แก่องค์กรได้อย่างชัดเจน

2. ภาวะผู้นำในระดับจุลภาค (micro leadership) ได้แก่ผู้บริหารระดับกลาง และระดับต้นขององค์กร ซึ่งเป็นผู้รับแผนกลยุทธ์จากผู้บริหารระดับสูงนำไปถ่ายทอดสู่ระดับภาคปฏิบัติ เป็นผู้บริหารที่มีขอบเขตความรับผิดชอบต่องานหน้าที่เฉพาะด้านและแผนปฏิบัติการ

**Bennis and Nanus (1985, p. 215)** กล่าวว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสังคม ผู้นำเป็นผู้ที่จะนำกลุ่มให้พ้นจากความทุกข์ยาก ขจัดปัญหา ขจัดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกลุ่ม และฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ จนสามารถบรรลุตามเป้าหมายของสังคมที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล

**Koontz and Wehrich (1988, pp. 437-438)** กล่าวว่า ภาวะผู้นำหรืออิทธิพล (influence) หมายถึง ศิลปะหรือกระบวนการในการใช้อิทธิพลต่อผู้อื่นเพื่อให้เขาเหล่านั้นใช้ความพยายาม อย่างที่สุสุด อย่างสมัครใจ และอย่างกระตือรือร้น เพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มในเชิงอุดมคติแล้ว การที่ผู้นำใช้อิทธิพลเพื่อให้ผู้ตามทำงานด้วยเต็มใจเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอแต่ควรพัฒนา ให้ผู้ตามทั้งเต็มใจทำงานด้วยความกระตือรือร้น และมีความเชื่อมั่นผู้นำที่มีภาวะผู้นำจะไม่เป็นผู้ที่ขบถอยู่ข้างหลังกลุ่มเพื่อผลักดันหรือคอยกระตุ้นให้กลุ่มทำงาน แต่จะวางตัวเองไว้ข้างหน้ากลุ่มคอย ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกเพื่อช่วยให้งานก้าวไปข้างหน้าอีกทั้งคอยสร้างอารมณ์ร่วมให้กลุ่มทำงานจนบรรลุเป้าหมาย เฉากเช่นการทำหน้าที่ของวิทยากรหรือผู้อำนวยการเพลงแห่งดนตรี และการพิสูจน์ว่าวิทยากรมีภาวะผู้นำที่มีคุณภาพมากน้อยเพียงใดย่อมสังเกตหรือวัดได้จากความไพเราะของเสียงดนตรีที่วงดนตรีวงนั้นบรรเลงในทัศนะนี้เห็นว่า ภาวะผู้นำ ประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ คือ ความสามารถในการใช้อำนาจอย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการโน้มน้าวจากจิตใจผู้อื่นเพราะ



โดยปกติมนุษย์แต่ละคนต้องการกระตุ้นแตกต่างกัน ความสามารถในการสร้างความรู้สึกร่วม และความสามารถที่จะช่วยให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดการตอบสนองต่อแรงกระตุ้น

## ระบบปฏิบัติการอนามัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Health Operation System)

การบัญชาการเหตุการณ์ และมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Standard Operation Procedure) เป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญสำหรับการเตรียมความพร้อม และรับมือสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อช่วยเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ สั่งการ ควบคุม ประสาน และการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับภาวะฉุกเฉินในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

### วางแผนและกำหนดมาตรการป้องกัน

ทีมอำนวยการทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและสนับสนุนทรัพยากร วัสดุ อุปกรณ์งบประมาณ และร่วมกับทีมบัญชาการวางแผนการดำเนินงานโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากทีมวิชาการประเมินความเสี่ยงภายในพื้นที่รวมทั้ง คำสั่งจังหวัด คำแนะนำจากหน่วยงานต่าง ๆ กำหนดเป็นมาตรการป้องกันและแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยอาจพิจารณากำหนดมาตรการหลัก ๆ ดังนี้

1) กำหนดผู้รับผิดชอบ มีคำสั่งแต่งตั้งผู้รับผิดชอบหรือหนังสือมอบหมายผู้รับผิดชอบเป็นรายบุคคล หรือคณะทำงาน มีการกำหนดทีมในการดำเนินงาน

2) วิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยง ทีมวิชาการ เป็นหัวหน้าทีมผู้รับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่รับผิดชอบเพื่อประเมินความเสี่ยง และเตรียมการรับมือ เช่น ข้อมูลประชากร ข้อมูลความเสี่ยงต่อการรับสัมผัสโรค ข้อมูลกลุ่มเสี่ยง ข้อมูลพื้นที่เสี่ยง สถานที่เสี่ยง จุดเสี่ยง ฯลฯ ควรพิจารณาครอบคลุม แหล่งที่อาจก่อให้เกิดการแพร่กระจายโรค การติดต่อและเส้นทางการรับสัมผัสโรค และกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงได้รับผลกระทบจากโรค (Source-Pathway-Receptor) เพื่อนำไปกำหนด

(1) มาตรการควบคุม กำกับ การจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การจัดการระบบประปา การจัดการมูลฝอย เป็นต้น

(2) มาตรการควบคุม กำกับ ดูแลสถานประกอบการ กิจการ สถานบริการ สถานที่สาธารณะ (สามารถพิจารณาจากคำสั่งคณะกรรมการควบคุมโรคจังหวัดกรณีที่มีคำสั่งปิด)

(3) มาตรการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้ประชาชน และภาคีเครือข่ายมีศักยภาพในการดูแลและป้องกันตนเองได้ และการสร้างการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง และติดตามผู้สงสัย หรือมีความเสี่ยงสัมผัสเชื้อโรคในชุมชนแนวทางการประเมินความเสี่ยง

### ดำเนินการตามแผนหรือมาตรการการป้องกันที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. ทีมสื่อสารให้ความรู้ สร้างความเข้าใจให้กับทีมผู้รับผิดชอบ เครือข่ายในพื้นที่ในการปฏิบัติงาน รวมถึงสื่อสารความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ในการให้ความร่วมมือและสนับสนุน มีช่องทางการสื่อสารเพื่อใช้ในการติดต่อประสานงาน แจ้งข้อมูลรายงานผลการดำเนินงาน หรือสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย



2. ทีมปฏิบัติการ ควบคุม กำกับ ดำเนินการตามมาตรการที่กำหนด คำสั่งคณะกรรมการ ควบคุมโรคติดต่อจังหวัด คำสั่งกระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างเคร่งครัด

3. ทีมปฏิบัติการติดตามผลการดำเนินงาน รายงานผลการดำเนินงาน และข้อเสนอ ต่อการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกการดำเนินการ

### วิธีทำความสะอาดเพื่อป้องกัน และฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

เนื่องจากไวรัสโคโรนาสามารถอยู่ในสิ่งแวดล้อมได้เป็นระยะเวลา 2 ชั่วโมง - 9 วันเพื่อ ป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคที่ปนเปื้อนอยู่ในสภาพแวดล้อม จึงควรใช้สารที่มีประสิทธิภาพในการ กำจัดเชื้อได้ ในระยะเวลาสั้น ชนิดที่ทำลายเชื้อไวรัสได้ภายในระยะเวลา 1 นาทีได้แก่ สารประกอบ โซเดียมไฮโปคลอไรท์ 0.1% (เช่น น้ำยาฟอกขาวความเข้มข้น 1000 ppm) ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 0.5% (5000 ppm) และแอลกอฮอล์ 70% โดยมีวิธีการทำความสะอาดตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียม อุปกรณ์ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ การจัดการภายหลังทำความสะอาด

สรุป ผลการดำเนินงาน และประเมินผลการดำเนินงาน เสนอต่อผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ทบทวน หรือปรับปรุงมาตรการในการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยกำหนดความถี่ ในการรายงานตามความเหมาะสม และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคในแต่ละพื้นที่ องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ในฐานะหน่วยงานระดับพื้นที่ ซึ่งมีอำนาจตามกฎหมายทั้งพระราชบัญญัติการ สาธารณสุข พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญ มากในสถานการณ์เช่นนี้ ที่จะช่วยดูแลสุขภาพประชาชน และป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค ทั้ง ในระยะการระบาดของโรคฯ และในอนาคตเมื่อสถานการณ์คลี่คลายลง ท้องถิ่นก็จะยังมีบทบาทในการ ฟื้นฟู ดูแล การเปิดพื้นที่เมือง และชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้ชีวิต และประกอบอาชีพตามเดิม ได้อย่างมั่นใจ จากสถานการณ์ประชาชนมีความตื่นตัวในการป้องกันตนเองจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กำลังระบาด นอกจากการ “กินร้อน ช้อนกลาง ล้างมือ” แล้ว หน้ากากเป็นแนวทางหนึ่ง ในการป้องกันละอองที่อาจปนเปื้อนเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกายได้ หน้ากากเป็นอุปกรณ์ป้องกันอย่างหนึ่งที่ใช้ ป้องกันระบบทางเดินหายใจจากมลพิษ สารคัดหลั่ง และเชื้อโรคต่าง ๆ ทั้งนี้ หน้ากากมีหลายประเภท ตั้งแต่หน้ากากกรองอากาศชนิด N95 หน้ากากอนามัย และหน้ากากผ้า

### กระบวนการและการบริหารจัดการ

การแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องมีการเชิญประชุมผู้เกี่ยวข้องอย่าง เร่งด่วน โดยมีการจัดตั้ง “กองอำนวยการร่วมในพื้นที่หมู่บ้าน” เพื่อบริหารเหตุการณ์ และอาศัยกลไก การดำเนินงานของ “ฝ่ายปกครองในพื้นที่” ในการดำเนินงานเฝ้าระวัง และป้องกัน ดังนี้

1) การกำหนดขอบเขตพื้นที่การแพร่ระบาด และเจาะจงเป้า หมายโดยใช้กลไกฝ่าย ปกครองในพื้นที่ เช่น

- วางแผนแบ่งพื้นที่ การควบคุมเป็น 3 โซน ตามระดับความเสี่ยงของการแพร่ระบาด ได้แก่ โซน A B และ C โดยกำหนดให้ฝ่ายปกครอง เช่น ปลัดอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และ บุคคลากร อบต. เป็นผู้รับผิดชอบแต่ละโซน

- มีการประกาศเสียงตามสายประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนในพื้นที่ ควบคุมทราบถึงการ ควบคุม และเหตุผลเพื่อสร้างความเข้าใจในพื้นที่



- จัดประชุมกองอำนวยการร่วมป้องกันการแพร่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในการควบคุม เพื่อประเมินผลให้ทันต่อสถานการณ์เป็นระยะ ๆ

2) ด้านความมั่นคง อาศัยกลไกฝ่ายปกครอง (ปลัดอำเภอฝ่ายความมั่นคง กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และ บุคคลากร อบต.) ร่วมบูรณาการกับหน่วยงานด้านความมั่นคงในพื้นที่

- ประสานกำลังพล / ตำรวจ มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ ในพื้นที่

- วางแผนตั้งจุดตรวจ/จุดสกัด ตามเส้นทางเข้าออกพื้นที่ ควบคุมโซน โดยวางพิกัด Lat/Long เพื่อสะดวกแก่การปฏิบัติ

### การบูรณาการความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์โควิด 19

การปกครองส่วนท้องถิ่นกับการนำนโยบายการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ ประเทศชาติกำลังเผชิญกับสภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 จำเป็นอย่างยิ่งที่ จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเข้ามาช่วยแก้ไขสถานการณ์อันเลวร้ายให้ทุเลาลงได้ ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวนี้นิยมเรียกอย่างเป็นทางการว่า “การบูรณาการ”

คำว่า “บูรณาการ” โดยเฉพาะในระบบราชการที่ทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์การมหาชน ต่างก็นำคำว่า “บูรณาการ” มาใช้ในการบริหารงานอย่างหลากหลาย ซึ่งคำว่า “บูรณาการ” มีความหมายใกล้เคียงกับการบริหารงานในลักษณะองค์รวม ( Holistic) แต่อย่างไรก็ดี มีหลายคนได้ให้ความหมายของคำว่า “บูรณาการ” ดังนี้

**พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546)** ให้ความหมายของคำ ว่า “บูรณาการรวมหน่วย” แปลว่า การนำหน่วยที่แยก ๆ กันมารวมเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

การบริหารราชการแบบบูรณาการ คือ การบริหารที่ทุกหน่วยงานทำงานแบบมุ่งเน้นผลงาน (Result) ตามยุทธศาสตร์เป็นหลัก เป็นการทำงานหลายหน่วยงานโดยอาศัยความเชี่ยวชาญ และความชำนาญการของแต่ละหน่วยงานที่ แตกต่างกันเฉพาะด้านทำงานภายใต้เป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักของยุทธศาสตร์เดียวกัน โดยร่วมกันคิดร่วมกันทำงาน โดยใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อให้บรรลุผลตามยุทธศาสตร์ มุ่งสู่ผลสำเร็จ และเป้าหมายของงานร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความประหยัด เสริมสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพของการดำเนินงานเป็นหลักทั้งในลักษณะของการทำงานข้ามกระทรวง กระทรวงเดียวกันแต่ต่างกรม หรือกรมเดียวกันแต่ต่างกอง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องมาร่วมในการทำงานกับภาครัฐในระบบเครือข่าย (Network) ดังนั้น “การบูรณาการ” จึงเป็นการสร้างระบบการบริหารราชการแบบบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างให้เกิดระบบการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ การส่งเสริมให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนกลางส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยการร่วมกันสร้างพลังผลักดันให้ทุกส่วนราชการที่มีภารกิจที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกันปฏิบัติภารกิจให้เกิดผลสำเร็จเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ โดยถือประชาชนเป็นเป้าหมายที่สำคัญ

ไวรัสโควิด - 19 (COVID-19) เป็นการระบาดใหญ่ ทั่วโลก (pandemic) ทำให้เกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างไม่เคยมีมาทั้งปัญหาด้านการควบคุมโรค และการจัดการทรัพยากรในระบบบริหารสุขภาพเพื่อรองรับผู้ป่วย และลดอัตราการเสียชีวิตจากโควิด - 19



รวมทั้งปัญหาที่ เกิดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคมจากนโยบายการควบคุมโรคที่ทำให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศทั่วโลกที่ ต้องพัฒนานโยบายเพื่อรับมือจัดการกับการระบาดของโควิด - 19 ภายในประเทศ มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 โดยคาดหวังว่าชุดนโยบายดังกล่าวจะทำให้สามารถลดจำนวนผู้ติดเชื้อลงอย่างรวดเร็วเหมือนกับประสบการณ์ในต่างประเทศ ดังตัวอย่างเช่นการจัดการควบคุมการระบาดของโควิด-19 ในประเทศจีนซึ่งมีมาตรการปิดเมือง (lockdown) หลังจากมีพบการระบาดครั้งแรกของโลกที่เมืองอู่ฮั่น

การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และภาคประชาชนเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน และผู้ตามโดยเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานและผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาศักยภาพของผู้ร่วมงาน และผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจ และวิสัยทัศน์ของทีม และขององค์กร จูงใจให้ผู้ร่วมงาน และผู้ตามมองให้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มองค์กรหรือสังคม ซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำ

### กรอบแนวคิดในการกำหนดทิศทางนโยบายการป้องกัน

การระบาดใหญ่ของโควิด-19 ภายใต้บริบทของระบบสุขภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน มีรากฐานมาจากกระบวนการคิด วิธีการแก้ไขปัญหา และกระบวนการทัศน์ในการสร้างความรู้ของสังคมไทย แต่เนื่องจากกระบวนการสร้างความรู้กระแสหลักมุ่งเน้นการแยกแยะศาสตร์ออกเป็นแขนงต่าง ๆ โดยเน้นการพัฒนาความรู้จากผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้เชิงลึก ส่งผลทำให้กระบวนการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อการแก้ไขปัญหาการระบาดของโควิด - 19 อาจมีแนวโน้มของการคิดแยกส่วน (compartmentalized thinking) และมีการแบ่งการตัดสินใจเชิงนโยบายออกเป็นมาตรการด้านการควบคุมโรค เช่น การเพิ่มระยะห่างทางกายภาพ การลดความหนาแน่นของชุมชน การกักโรค การตามรอยโรค การแยกโรค มาตรการด้านการจัดการทรัพยากรในระบบบริหารสุขภาพเพื่อรองรับผู้ป่วย เช่น การเพิ่มขีดความสามารถของหออภิบาลผู้ป่วยวิกฤตในแต่ละพื้นที่ (สรายุทธ แก้วกุลปรีชา, 2563) มาตรการเยียวยาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการระบาดใหญ่ของโควิด -19 เช่น การเยียวยาผู้ที่เกิดการเจ็บป่วย และการเสียชีวิต รวมไปถึงมาตรการเยียวยาผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคมจากนโยบายการควบคุมโรคเอง เช่น มาตรการบางอย่างที่ทำให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ

**การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM)** หมายถึง การที่ผู้นำ จะประพฤติในทางที่จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตามโดยการสร้างแรงจูงใจภายในการ ให้ความหมาย และทำทนายในเรื่องงานของผู้ตามผู้นำจะกระตุ้นจิตวิญญาณของทีม (Team spirit) ให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้นโดยการสร้างเจตคติที่ดี และการคิดในแง่บวกผู้นำจะทำให้ผู้ตามสัมผัสกับภาพที่งดงามของอนาคต ผู้นำจะสร้าง และสื่อความหวังที่ผู้นำต้องการอย่างชัดเจน ผู้นำจะแสดงการอุทิศตัวหรือความผูกพันต่อเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ร่วมกัน ผู้นำจะแสดงความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตนเพื่อวิสัยทัศน์ และภารกิจขององค์กรผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามพัฒนาความผูกพันของตนต่อเป้าหมายระยะยาว



และบ่อยครั้งพบว่า การสร้างแรงบันดาลใจนี้ เกิดขึ้นผ่านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและการกระตุ้นทางปัญญาช่วยให้ผู้ตามจัดการกับอุปสรรคของตนเอง และเสริมความคิดสร้างสรรค์

**การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง** หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่องเคารพนับถือ ศรัทธาไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำ และต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้ คือ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม ผู้นำจะมีความสม่ำเสมอมากกว่าการเอาแต่อารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤต ผู้นำเป็นผู้ที่ไว้วางใจได้ว่าจะทำในสิ่งที่ถูกต้อง ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีศีลธรรม และมีจริยธรรมสูง ผู้นำจะหลีกเลี่ยงที่จะใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน แต่จะประพฤติตนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น และเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม ผู้นำจะแสดงให้เห็นถึงความเฉลียวฉลาด ความมีสมรรถภาพ ความตั้งใจ การเชื่อมั่นในตนเอง ความแน่วแน่ในอุดมการณ์ ความเชื่อและค่านิยมของเขา ผู้นำจะเสริมความภาคภูมิใจ ความจงรักภักดี และความมั่นใจของผู้ตาม และทำให้ผู้ตามมีความเป็นพวกเดียวกันกับผู้นำโดยอาศัยวิสัยทัศน์และการมีจุดประสงค์ร่วมกัน ผู้นำแสดงความมั่นใจช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ตามจะเลียนแบบผู้นำและพฤติกรรมของผู้นำจากการสร้างความมั่นใจในตนเอง ประสิทธิภาพและความเคารพในตนเอง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงรักษาอิทธิพลของตนในการบรรลุเป้าหมายและปฏิบัติภาระหน้าที่ขององค์การ

**การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS)** หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในหน่วยงานทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการตั้งสมมุติฐาน การเปลี่ยนกรอบ (Reframing) การมองปัญหา และการเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆด้วยวิถีทางใหม่แบบใหม่ๆ มีการ जुใจ และสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบของปัญหา มีการให้กำลังใจผู้ตามให้พยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ๆ ผู้นำมีการกระตุ้นให้ผู้ตามแสดงความคิด และเหตุผลและไม่วิจารณ์ความคิดของผู้ตามแม้ว่ามันจะแตกต่างไปจากความคิดของผู้นำ ผู้นำทำให้ผู้ตามรู้สึกว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่ท้าทาย และเป็นโอกาสที่ดีที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้นโดยผู้นำจะสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ตามว่าปัญหาทุกอย่างต้องมีวิธีแก้ไขแม้บางปัญหาจะมีอุปสรรคมากมาย ผู้นำจะพิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างได้จากความร่วมมือร่วมใจในการแก้ปัญหาของผู้ร่วมงานทุกคน ผู้ตามจะได้รับการกระตุ้นให้ตั้งคำถามต่อค่านิยมของตนเอง ความเชื่อ และประเพณีการกระตุ้นทางปัญญาเป็นส่วนที่สำคัญของการพัฒนาความสามารถของผู้ตามในการที่จะตระหนัก เข้าใจ และแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประชาชนในฐานะผู้เป็นเจ้าของอำนาจที่แท้จริง เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง ต่อการผลักดันให้กลไก (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือราชการส่วนท้องถิ่น) ดำเนินภารกิจการพัฒนาท้องถิ่น ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ต่อการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดซึ่งประชาชนในท้องถิ่น



## นโยบายการพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

กฎหมายการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อจัดตั้งองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีวัตถุประสงค์กระจายอำนาจบริหารไปสู่ท้องถิ่นโดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างท้องถิ่นกับส่วนกลางในขอบเขตการกำกับดูแล"นั่นคือจะไม่กำหนด ให้ราชการส่วนกลาง มีอำนาจบังคับบัญชาเหนือคณะผู้บริหารของท้องถิ่น เพื่อให้ผู้บริหาร ส่วนท้องถิ่นมีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ แต่จะให้ให้อำนาจในการกำกับดูแล เพื่อป้องกัน มิให้ราษฎรได้รับความเดือดร้อน จากการกระทำของราชการส่วนท้องถิ่น และเพื่อเป็นหลักประกันแก่ราษฎร ในท้องถิ่นว่าจะได้รับการบริการสาธารณะอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ จะกำกับดูแลและตรวจสอบให้ราชการส่วนท้องถิ่น กระทำการโดยชอบด้วยกฎหมาย หากมี การกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเกิดขึ้น ก็จะมีอำนาจในการเพิกถอนหรือยับยั้งการกระทำนั้นได้ ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามที่มีกฎหมายบัญญัติให้อำนาจ แก่ราชการส่วนกลาง ให้กระทำได้ ไว้อย่างชัดเจนด้วยแม้ในบทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 หมวด 9 การปกครอง ส่วนท้องถิ่นมาตรา 282 ยังบัญญัติไว้ว่า "ภายใต้บังคับมาตรา 1 รัฐจะต้องให้ความเป็นอิสระแก่ท้องถิ่นตามหลักแห่งการปกครองตนเอง ตามเจตนารมณ์ของประชาชน ในท้องถิ่น" และ มาตรา 283 วรรค 2" การกำกับดูแลองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องทำเท่าที่จำเป็น ตามที่กฎหมายบัญญัติ แต่ต้องเป็นไป เพื่อการคุ้มครองประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น หรือประโยชน์ของประเทศ โดยส่วนรวม ทั้งนี้ จะกระทบถึงสาระสำคัญ แห่งหลักการปกครองตนเอง ตามเจตนารมณ์ ของประชาชนในท้องถิ่น หรือนอกเหนือจากที่กฎหมายบัญญัติไว้มิได้"

### นโยบายด้านการบริหารงาน

- 1.บริการประชาชนด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง เป็นธรรม เพื่อให้ประชาชนมีความพึงพอใจในการติดต่อราชการ
2. การบริหารงานบุคคลจะต้องอาศัยระบบคุณธรรมยึดหลักความรู้ ความสามารถ เจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทเต็มความสามารถ และปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยได้รับค่าตอบแทนอันพึงได้ตามสิทธิที่กฎหมายกำหนดไว้
3. พัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ชัดเจน และครอบคลุมทั่วถึง โดยให้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนรับทราบ และสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดสดการประชุมสภาทุกครั้ง เพื่อประชาชนจะสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง เพื่อประโยชน์ในการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง/เสียงตามสาย
4. การปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ ที่กฎหมายบัญญัติไว้ จะยึดหลักวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี โดยให้ประชาชนในเขตเทศบาลมีส่วนร่วม เช่น การจัดทำแผนพัฒนาฯ เพื่อให้การดำเนินงานตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

### นโยบายด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

- 1.พัฒนา ก่อสร้าง ขยาย ปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐาน เช่น สะพาน ถนน ดำเนินการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะตามแนวถนนทุกสาย เพื่อให้การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย และรองรับการขยายตัวของเมืองมากขึ้น
- 2.ก่อสร้าง ปรับปรุง แก้ไข พัฒนา ระบบระบายน้ำให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกจุดเพื่อให้การแก้ไขปัญหาน้ำท่วม และการระบายน้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน



3.พัฒนา ส่งเสริม ให้ประชาชนหันมาใช้พลังงานสะอาด พลังงานทดแทน เช่น ส่งเสริมการผลิตแก๊สชีวภาพ เพื่อใช้ในครัวเรือน

4.ก่อสร้าง ปรับปรุงภูมิทัศน์ของเมือง ให้มีความเรียบร้อย สวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์  
**นโยบายด้านการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม**

1.พัฒนาระบบการจัดเก็บขยะให้มีประสิทธิภาพ ลดปัญหาการตกค้างของขยะภายในชุมชน  
2. ดำเนินการวางแผน จัดทำระบบการรักษาความสะอาดของถนนทุกสาย รวมถึงการรักษาความสะอาดในลำคลองต่าง ๆ เช่น การขุดลอก คู คลอง ท่อระบายน้ำ ภายในชุมชน

3. ฟื้นฟูและรักษาแหล่งน้ำ ลำคลองให้สะอาด สามารถใช้ประโยชน์ได้

4. จัดให้มีรถดูดสิ่งปฏิกูลไว้บริการ

5. ส่งเสริม สนับสนุน ให้ประชาชน และชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

6. ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ความสามารถของอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.)

7. จัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการปรับปรุง คุณภาพ ความสะอาดของอาหารให้ถูก

สุขลักษณะการยกระดับในเรื่องคุณภาพ มาตรฐานของร้านอาหาร แก่ผู้ประกอบการขายอาหาร

8. เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานป้องกัน และระงับโรคติดต่อให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว ปลอดภัยและครอบคลุมทั่วพื้นที่

#### **การบริหารจัดการขององค์กรปกครองท้องถิ่น**

กฎหมายการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อจัดตั้งองค์การปกครองท้องถิ่น จึงมีวัตถุประสงค์ กระจายอำนาจบริหารไปสู่ท้องถิ่น โดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่าง ท้องถิ่นกับส่วนกลาง ในขอบเขตการกำกับดูแล นั่นคือ จะไม่กำหนดให้ราชการส่วนกลาง มีอำนาจบังคับบัญชาเหนือคณะผู้บริหารของท้องถิ่น เพื่อให้ผู้บริหาร ส่วนท้องถิ่น มีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ แต่จะให้มีความอำนาจในการกำกับดูแล เพื่อป้องกันมิให้ราษฎร ได้รับความเดือดร้อน จากการกระทำของราชการส่วนท้องถิ่น และเพื่อเป็นหลักประกัน แก่ราษฎร ในท้องถิ่นว่าจะได้รับการบริการสาธารณะอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ กล่าวคือจะกำกับดูแล และตรวจสอบให้ราชการส่วนท้องถิ่น กระทำการโดยชอบด้วยกฎหมาย หากมีการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเกิดขึ้น ก็จะมีอำนาจในการเพิกถอนหรือยับยั้งการกระทำนั้นได้ ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามที่มีกฎหมายบัญญัติให้อำนาจ แก่ราชการส่วนกลาง ให้กระทำได้ ไว้อย่างชัดเจนด้วย

เมื่อก้าวในเชิงโครงสร้างขององค์กรปกครองท้องถิ่น ก็พบว่า ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญมาตรา 285 กำหนดให้ “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมีสภาท้องถิ่น หรือ ผู้บริหารท้องถิ่น สมาชิกสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง คณะผู้บริหารท้องถิ่น หรือผู้บริหารท้องถิ่นให้มาจากการเลือกตั้ง โดยตรงของประชาชน หรือมาจากความเห็นชอบของสภาท้องถิ่น”

ดังนั้น องค์กรปกครองท้องถิ่นโดยทั่วไป จึงจะแบ่งโครงสร้างการบริหารจัดการออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. สภาท้องถิ่น มีบทบาทอำนาจหน้าที่ในการ ตราข้อกำหนดของท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ ในระดับท้องถิ่นนั้น ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับการงบประมาณประจำปีฝ่ายบริหาร เสนอ และเรื่องอื่นๆ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 หรือพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่กำหนดให้เป็นอำนาจของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อเป็น กฎ/ระเบียบ/ข้อบังคับ ที่ให้ชุมชนในท้องถิ่นนั้น ได้ยึดถือปฏิบัติ หรือเป็นกติกาของสังคม เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่น ได้อยู่ร่วมกันอย่างเป็นปกติสุข



2. คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการกิจการต่างๆ ที่เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และดำเนินการให้เกิดการบังคับใช้ตามกฎหมายท้องถิ่น ที่สภาท้องถิ่นได้ตราขึ้น เพื่อให้เกิดการบำบัดทุกข์ บำรุงสุข และคุ้มครองประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ

แนวคิดพื้นฐานของระบบการปกครองท้องถิ่น เป็นระบบของการกระจายอำนาจทางการปกครองไปสู่ท้องถิ่นเพื่อจัดทำบริการสาธารณะ ได้อย่างทั่วถึงตรงกับความต้องการของราษฎรและอย่างไรก็ตาม ขณะนี้ได้มีการปรับปรุงพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 โดยกำหนดให้มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบของ อบต. ด้วย แต่ให้มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการในกิจการ ที่ อบต. ดำเนินการไม่ได้ หรือต้องประสานงานร่วมกัน ระหว่าง อบต. หลายแห่ง เป็นต้น

## สรุป

ภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับการนำนโยบายการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า สิ่งที่ทำหายนความสามารถ คือ ความสามารถนำพาองค์กรของตนให้อยู่ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้หรือไม่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมองเห็นการเปลี่ยนแปลงว่าเป็นโอกาส การทราบวิธีการค้นหาการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้อง และทราบวิธีที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพทั้งจากภายนอก และภายในองค์กร ดังนี้ 1) ด้านนโยบายการสร้างอนาคต 2) ด้านวิธีการอย่างเป็นระบบ และคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลง 3) ด้านวิธีที่ถูกต้องในการสร้างความคุ้นเคยกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายใน และภายนอกองค์กร 4) ด้านนโยบายในการสร้างสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงกับความต่อเนื่อง เพราะนโยบายการสร้างสรรคสิ่งใหม่อย่างเป็นระบบ

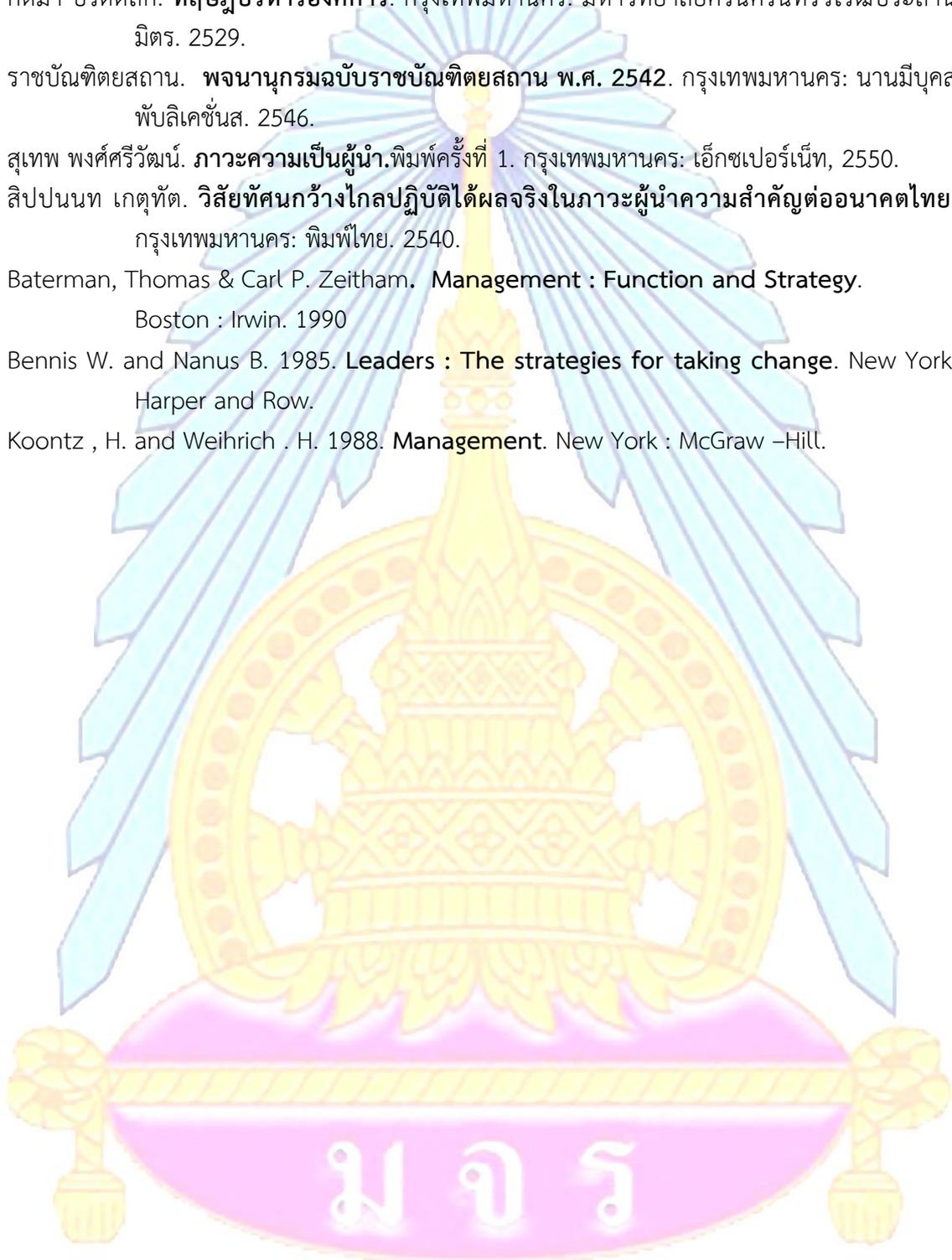
ดังนั้นภาวะผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสามารถสร้างจิตสำนึกให้องค์กรในฐานะที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังทำให้องค์กรมองเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นคือโอกาสที่เกิดขึ้นมาใหม่ภายใต้บทบาทสำคัญ ขณะที่ภาวะผู้นำแบบจัดการอย่างเฉื่อยชาภายใต้เงื่อนไขขยงกเว้น และภาวะผู้นำแบบปล่อยเสรีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพ การใช้ภาวะผู้นำในเชิงปฏิบัติสำหรับผู้บริหารท้องถิ่นซึ่งได้แก่ การพัฒนาตนเองเพื่อสร้างบารมี การใช้การจูงใจเพื่อสร้างแรงดลใจ การกระตุ้น และสร้างปัญญาแก่สมาชิก การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและสมาชิกในองค์การ และการให้รางวัลและลงโทษอย่างมีหลักเกณฑ์และเป็นธรรม





## เอกสารอ้างอิง

- กิติ พยัคคานนท์. 2543. **เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ**. กรุงเทพมหานคร: เพลออักษร. 2543.
- กิติมา ปรีดีติลล. **ทฤษฎีบริหารองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. 2529.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์. 2546.
- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. **ภาวะความเป็นผู้นำ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2550.
- สีปนนท เกตุทัต. **วิสัยทัศน์กว้างไกลปฏิบัติได้ผลจริงในภาวะผู้นำความสำคัญต่ออนาคตไทย**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ไทย. 2540.
- Bateman, Thomas & Carl P. Zeitham. **Management : Function and Strategy**. Boston : Irwin. 1990
- Bennis W. and Nanus B. 1985. **Leaders : The strategies for taking change**. New York: Harper and Row.
- Koontz , H. and Wehrich . H. 1988. **Management**. New York : McGraw –Hill.





## อิทธิพลของสมาร์ทออฟฟิศ (Smart Office) ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหาร 2021

ดร.รมย์ธีรา จิราวิภูเศรษฐ์  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received October 8, 2021, Revised November 11, 2021, Accepted December 4, 2021

### บทคัดย่อ

อิทธิพลของสมาร์ทออฟฟิศ (Smart Office) ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหาร จากสถานการณ์ COVID-19 ได้พิสูจน์แล้วว่าการทำงานในออฟฟิศนั้นยังคงมีความจำเป็น ดังนั้นองค์กรต่างๆ ควรกลับมาให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยี Smart Office เพื่อบริหารจัดการทุกพื้นที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ตอบโจทย์รูปแบบออฟฟิศที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในอนาคต การเกิดขึ้นของวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้างต่อภาคอุตสาหกรรมแทบทุกประเภท โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมอาหาร เหตุผลหลักก็เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เห็นได้ชัดที่สุด คือ การใส่ใจเรื่องการบริโภคมากขึ้น ทั้งในแง่ของการกินอาหารเพื่อดูแลสุขภาพ สร้างภูมิคุ้มกันต้านโรคร้าย และการเลือกกินอาหารที่มีประโยชน์ ประุงสุก สะอาด และปลอดภัย ไปจนถึงวิธีในการเข้าถึงอาหาร

ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรม มีศักยภาพสูงในการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศ และเพื่อการส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นฐานด้านการผลิตทางการเกษตรที่มั่นคง และมั่งคั่ง ทำให้มีผลผลิตที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปได้อย่างหลากหลาย และต่อเนื่อง มีแรงงานที่มีคุณภาพจำนวนมาก มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สมาร์ทออฟฟิศ, ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหาร

มจร



## Influence of Smart Office on Work Behavior of Employees in Organizations in Food Industry 2021

Dr.Romtheera Jiravibhusetha  
Phitsanulok University

### Abstract

The influence of smart offices on the working behavior of employees in the food industry from the COVID-19 situation has proven that working in the office is still necessary. Therefore, organizations should return to focus in terms of Smart Office technology to manage all areas with full efficiency and more systematic Meet the rapidly changing office style in the future. Emergence of the Covid-19 Crisis It has a wide impact on almost all industries, especially the food industry. The main reason is due to changing consumer behavior. The most obvious is the concern about consumption. both in terms of eating food to maintain health building immunity to disease and choosing nutritious, cooked, clean and safe food, as well as ways to access food

Potential of Thailand's food industry Thailand's food industry is an industry. It has a high potential for domestic consumption. And for export Due to Thailand's stable and prosperous agricultural production base, there is a wide variety of products that can be used as raw materials for processing continuously. Modern production technology is used. The product form has been developed that is more in line with the market demand.

**Keywords:** Smart Office, Food industry business

มจร



## บทนำ

สมาร์ทออฟฟิศ เชื่อว่าหลายๆ คนจะนึกถึงหนังไซไฟเรื่องต่างๆ ที่ เมื่อตัวเอกเข้ามาในออฟฟิศมาแล้วสามารถสั่งงานเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือเปิดไฟได้ด้วยเสียงหรือเพียงปรบมือ กดสั่งงานด้วย Panel ที่มีขนาดเพียงฝ่ามือ หรือล้ำกว่านั้นก็คือทำงานโดยอัตโนมัติ และมองว่าเป็นเรื่องของอนาคต ยิ่งห่างไกลกับความเป็นจริงในปัจจุบัน Smart Office กันมานานแล้ว และในตอนนี้ก็เป็นยุคของการใช้เทคโนโลยี Smart Office อย่างเต็มตัวแล้ว แต่จริงๆ แล้วคำนี้มีความหมายว่าอย่างไร และอะไรบ้างที่จะช่วยทำให้ออฟฟิศกลายเป็นออฟฟิศอัจฉริยะ

Smart Office คือ ออฟฟิศที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาหรือปรับปรุงพื้นที่โดยรวมช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ในพื้นที่ทำงาน หรือลดขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้ดีและเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการจะทำให้ Smart Office ให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องคำนึงถึง 3 ปัจจัย ดังนี้

People: พนักงานในองค์กรจะต้องมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงต่อเทคโนโลยีและรูปแบบการทำงานใหม่ๆ เช่น Activity-based Working หรือ Agile Working เป็นต้น

Place: พื้นที่ภายในออฟฟิศ ไม่ว่าจะเป็นการจัดผังภายในออฟฟิศให้สอดคล้องกับรูปแบบออฟฟิศที่เปลี่ยนไป อย่างเช่น Hybrid Office หรือ Satellite Office เป็นต้น

Technology: เทคโนโลยีที่จะเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการพื้นที่ภายในออฟฟิศทั้งหมดได้อย่างเป็นระบบ

การเติบโตในด้านธุรกิจเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจแทบทุกประเภท ซึ่งการเติบโตที่วันนี้ส่งผลให้หลายองค์กรต้องเริ่มพิจารณาแล้วว่า จะอยู่ที่เดิมหรือจะย้ายออฟฟิศไปสถานที่แห่งใหม่ที่ดีกว่าและตรงกับความต้องการที่มากกว่า เพื่อรองรับปริมาณหรือจำนวนคนที่ยิ่งขึ้น “Satellite Office” เป็นรูปแบบของออฟฟิศที่มีความคล่องตัวสูง จากเดิมการย้ายสำนักงานใหญ่นั้นมีค่าใช้จ่ายที่สูงและมีขั้นตอนที่ซับซ้อนยุ่งยากมากมาย ซึ่ง Satellite Office เป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น เพราะสามารถช่วยให้ บริษัท ของคุณขยายตัวได้โดยไม่ต้องย้ายสำนักงานใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันเรื่องของสถานที่ตั้งทำเลออฟฟิศไม่ใช่เรื่องเล็กอีกต่อไป เพราะมีประเด็นหลายอย่างที่ต้องพิจารณาไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่าย ความสะดวกสบาย และในมุมของธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องที่มีการปรับเปลี่ยนได้อยู่บ่อยครั้งเมื่อบริษัทมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

## อุตสาหกรรมอาหารประเทศไทย

อุตสาหกรรมอาหารนี้มีความหมาย และความสำคัญต่อประเทศไทย อุตสาหกรรมอาหาร (food industry) หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลิตผลจากภาคเกษตร ได้แก่ผลิตผลจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตอาหาร โดยอาศัยเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารและการถนอมอาหาร ตลอดจนเทคโนโลยีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหาร (food processing equipment) (SiamGlove: <https://www.siamglove.com>) บรรจุภัณฑ์อาหาร (packaging) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อาหารให้ได้ปริมาณมากๆ มีคุณภาพสม่ำเสมอ ปลอดภัย และสะดวกต่อการบริโภค หรือ



การนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจาก พืช ปศุสัตว์ และประมง ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยเป็น อุตสาหกรรม มีศักยภาพสูงในการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออก เนื่องจากประเทศไทย มีพื้นฐานด้านการผลิตทางการเกษตรที่มั่นคง และมั่งคั่ง ทำให้มีผลผลิตที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบใน การแปรรูปได้อย่างหลากหลาย และต่อเนื่อง มีแรงงานที่มีคุณภาพจำนวนมาก มีการใช้เทคโนโลยีการ ผลิตที่ทันสมัย มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละประเภทอุตสาหกรรมยังมีความชำนาญในการผลิตและการใช้ เทคโนโลยีที่ดีกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ อีกหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกัน สามารถผลิตสินค้าได้ตาม ความต้องการของผู้ซื้อได้รวดเร็ว และสามารถนำวัตถุดิบจากต่างประเทศมาแปรรูปให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความพร้อมในด้านการจัดการกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ มีบุคลากรที่มีความรู้ และประสบการณ์ นอกจากนี้ยังได้รับการยอมรับจากลูกค้าในต่างประเทศใน เรื่องของการส่งมอบสินค้า และความรับผิดชอบต่อสินค้า รวมถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

ความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับ การสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ใน ปี พ.ศ.2504 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อยใช้วัตถุดิบภายในประเทศมาแปรรูปเพื่อเพิ่ม มูลค่า และสามารถนำเอาทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในทาง อุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิด ผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ เช่น กระจ่าง และนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้น

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กล่าวว่า GMP (Good Manufacturing Practice) หรือหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต หมายถึง ระบบคุณภาพที่สร้างกระบวนการจัดการ สุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารของโรงงานอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ใ นการผลิตและการเก็บรักษา การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ผู้ผลิตปฏิบัติให้เป็นไปตาม กฎหมายได้ถูกต้อง เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ในการดำเนินการเพื่อนำระบบ GMP หรือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตไปปรับใช้ในการผลิต อาหารหรือเครื่องดื่มนั้น ต้องคำนึงหรือเตรียม ความพร้อมในเรื่องต่างๆ ดังนี้

สถานที่ตั้งและอาคารผลิต เช่น เรื่องของตัวอาคาร บริเวณหรือสภาพแวดล้อมใกล้เคียงต้อง สะอาด ไม่มีน้ำขังและและสกปรก เป็นต้น เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิต ต้องไม่ทำจากวัสดุที่ มีปฏิกริยากับอาหาร และเป็น อันตรายต่อผู้บริโภค ไม่เกิดสนิม ทำความสะอาดง่าย เพียงพอต่อการ ปฏิบัติงาน การควบคุมกระบวนการผลิต เป็นการดำเนินการทุกขั้นตอนต้องมีการควบคุมตามหลัก สุขาภิบาลที่ดีตั้งแต่การรับชนิดและปริมาณการผลิตและวันเดือนปีที่ผลิต โดยเก็บไว้อย่างน้อย 2 ปี ส่วนการสุขาภิบาล เช่น เรื่องของน้ำใช้ในโรงงาน ห้องส้วม อ่างล้างมือ ภาชนะรองรับขยะมูลฝอย มีทางระบายน้ำทิ้ง เป็นต้น การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด เช่น มีการรักษาความสะอาด บำรุง ซ่อมแซมสถานที่

ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในปัจจุบันนั้นกำลังเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากทิศทาง ของการขยายตัวของสินค้าเกษตรมีมากขึ้นทำให้ธุรกิจกำลังในการซื้อผลิตภัณฑ์เข้าในบริษัทมากขึ้น



ทั้งการแปรรูป และส่งออกสินค้าสด ล้วนแต่ต้องมีความสะอาด และปลอดภัย มาเป็นหลังในการผลิต และบรรจุสินค้า ด้วยเหตุผลนี้เองพนักงานผู้ผลิต และบรรจุสินค้าจึงจำเป็นต้องมีการสวมใส่ถุงมือ ในขณะการทำงานทุกครั้ง เพื่อความสะอาดและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

## อิทธิพลของสมาร์ทออฟฟิศ

สมาร์ทออฟฟิศ (Smart office) เชื่อว่าภาพที่เกิดขึ้นในหัวของแต่ละคนคงแตกต่างกันออกไป บางคนอาจนึกถึงออฟฟิศโล่งๆ ที่ตกแต่งแบบมินิมอล บางคนอาจมองเห็นออฟฟิศที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีล้ำยุค และอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย แต่สมาร์ทออฟฟิศที่แท้จริงเป็นแบบไหน จะต่างจากออฟฟิศแบบเดิมๆ แนวความคิดหลักของสมาร์ทออฟฟิศ คือการปรับเปลี่ยนภาพ และบรรยากาศของออฟฟิศรูปแบบเดิมๆ อย่างไต่ะทำงานมีมากขึ้นที่วางเรียงรายกันเป็นแพทเทิร์น พร้อมเอกสารกองโต กระจัดกระจายเต็มโต๊ะ ที่ดูน่าอึดอัด ให้กลายเป็นพื้นที่ที่เปิดโล่ง ไม่มีฉากกั้น มีโต๊ะสำหรับระดมสมอง ให้พนักงานมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงาน มีมุมสำหรับพักผ่อน มีสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศเหมาะสมกับการนั่งทำงานที่กินเวลาชีวิตกว่า 70% ในแต่ละวัน เมื่อสภาพแวดล้อม และบรรยากาศในที่ทำงานดีขึ้น ย่อมส่งผลให้คุณภาพชีวิตของพนักงานดีขึ้น และผลิตผลงานที่มีคุณภาพได้มากขึ้นอีกด้วย

ปัจจุบันธุรกิจได้ถูกแวดล้อมด้วยสิ่งต่างๆ มากมาย มีทั้งที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และที่ไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ในการจะจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้จะต้องสามารถแยกแยะได้ว่า ปัจจัยแวดล้อมใดมีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ สำหรับในการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้น เราจะให้ความสำคัญเฉพาะปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจเท่านั้น โดยสภาพแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้ จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอันจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของธุรกิจในการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องติดตาม และวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมเหล่านั้นเพื่อประเมินหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กรนั้น เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานสำคัญ ในการทบทวนวิสัยทัศน์ และพันธกิจรวมถึงการกำหนดแผนกลยุทธ์ของกิจการก็จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเหล่านั้นด้วยเช่นกัน สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน สภาพแวดล้อมภายในองค์กร การปรับตัวเมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ หรือ เครือข่ายสื่อสารขององค์กรเกิดความล้มเหลว ล้าสมัย และไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การดำเนินงานหยุดชะงักหรือไม่สามารถให้บริการได้ เช่น ข้อมูลไม่ถูกต้อง ข้อมูลไม่มีความปลอดภัยจากการโจรกรรม การไม่สามารถกู้ระบบได้อย่างทันท่วงที เป็นต้น

เทคโนโลยี เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การสร้างกระบวนการแปรรูปนวัตกรรมใหม่ๆ การตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ ย่อมเกี่ยวข้องทั้งในด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ กิจการนำมาใช้ผู้ชำนาญการกระบวนการ และระบบการทำงานเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นักกลยุทธ์หรือผู้บริหารจึงจะต้องพิจารณาเทคโนโลยีในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการผลิตสินค้า และบริการ ด้านการพัฒนาสินค้า ด้านการจ้างงาน ด้านการเงิน

สมาร์ทออฟฟิศ คือ ออฟฟิศที่เอาเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อควบคุมความสะดวกสบายภายในออฟฟิศ เช่น สั่งเปิดปิดไฟได้จากโทรศัพท์มือถือ เปิดหรือปิดไฟอัตโนมัติเมื่อเข้ามาในออฟฟิศ สั่งให้แอร์ทำงานเป็นเวลา สั่งให้ระบบไฟฟ้าตัดหรือทำงานโดยอัตโนมัติ หรือแม้แต่ว่าระบบความบันเทิงและระบบ



รักษาความปลอดภัย เป็นต้น โดยระบบต่างๆ นั้น ผู้ใช้สามารถควบคุมได้ผ่าน Smart Phone หรือ tablet จากที่ไหนก็ได้ทั่วโลก โดยผ่านระบบ Internet

## ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากร

สมาร์ทออฟฟิศจะเข้ามามีบทบาท เมื่อผู้ต้องการความสะดวกสบาย หลายคนอาจจะไม่จำเป็นที่จะต้องหาระบบสมาร์ทออฟฟิศเข้ามาใช้งานในบ้านหรือในออฟฟิศ แต่หลายคนมองว่า หากมีเทคโนโลยีที่ช่วยให้เราสามารถใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้นสักหน่อย อะไร ก็น่าจะดีขึ้น ซึ่งสมาร์ทออฟฟิศสามารถตอบโจทย์ให้กับคนที่อยากได้อุปกรณ์ที่ช่วยทุ่นแรง และทำให้ชีวิตง่ายขึ้น ไม่ต้องเสียเวลากับการบริหารจัดการเรื่องภายในออฟฟิศให้วุ่นวายอย่างเคย จุดเด่นของสมาร์ทออฟฟิศคงหนีไม่พ้นอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยและการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มความสบายให้กับการทำงาน อุปกรณ์แสนฉลาดที่คู่ควรกับการเป็นสมาร์ทออฟฟิศ หลายคนอาจจะคิดว่า ระบบสมาร์ทออฟฟิศที่แท้จริงนั้นจะต้องวุ่นวาย การติดตั้งสามารถทำได้ยาก หรือแม้แต่การปรับตั้งค่าทำได้ยาก ซึ่งอาจจะเป็นเช่นนั้นจริง แต่ระบบสมาร์ทออฟฟิศของ เรานั้น เน้นแนวคิดที่ผู้ใช้สามารถเพิ่มหรือลดอุปกรณ์ได้เอง การติดตั้งไม่ยุ่งยาก ใช้งานสามารถใช้งานได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ระบบเพื่อความปลอดภัย ระบบเพื่อความสะดวกสบาย ระบบไฟเพื่อความบันเทิง ระบบเพื่อการประหยัดพลังงาน หรือระบบระบายอากาศอัตโนมัติ



ที่มา: salika: <https://www.salika.co>

กระบวนการบริหารความเสี่ยงจะมีหน้าที่ติดตามความเสี่ยงต่างๆ ขององค์กร และสามารถส่งสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าเพื่อที่เป็นข้อมูลสนับสนุนให้ฝ่ายบริหารสามารถตัดสินใจได้ สำหรับแผนการบริหารความเสี่ยงองค์กรจัดทำขึ้น โดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กร ซึ่งมีแนวทางการจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้เพื่อให้



บรรล่วัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างการบริหาร ความเสี่ยงกระบวนการบริหารความเสี่ยง และปัจจัยพื้นฐานต่างๆ โดยทั่วไปการบริหารความเสี่ยงจะมุ่ง การจัดลำดับความสำคัญหรือความรุนแรงของความเสี่ยงเพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการ บริหารจัดการกับสิ่งที่มีความสำคัญมาก่อน ซึ่งมีการพิจารณาถึงต้นทุนที่ต้องเสียไปกับผลประโยชน์ที่ จะได้รับ ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงถือเป็นเครื่องมือสนับสนุนการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ และบรรล่วัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์องค์กร โดยประเมินวิเคราะห์เหตุการณ์ การคาดการณ์การ พยากรณ์เหตุการณ์หรือวิเคราะห์ความน่าจะเป็นทั้งปัจจัยภายใน และภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะการจัดลำดับความสำคัญเพื่อจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมซึ่งใช้ วิธีการที่เป็นเหตุเป็นผลเชิงวิทยาศาสตร์ผสมผสานกับความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เพื่อ ประกอบการบ่งชี้และประเมินความรุนแรงของผลกระทบ รวมถึงการเฝ้าระวังติดตามความเสี่ยงและ สื่อสารความเสี่ยงที่แฝงในการดำเนินงานทั่วทั้งองค์กร

### ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญ ที่หลายคนมองข้าม และทำไปโดยไม่มีแบบแผน ทำให้เกิดคลื่นได้ น้ำภายในองค์กรของคุณเอง โดยบางครั้งผู้บริหารก็รู้แต่รู้สึกยุ่งยากที่จะปรับแก้จึงปล่อยให้ปัญหา เรื้อรัง และก่อตัวเป็นปัญหาใหญ่ในภายหลัง การจัดวางคนในองค์กรให้เหมาะสม นอกจากจะวางคนให้ ถูกกับงานแล้ว เราต้องมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ทั่วถึง ทำให้ทุกคนรู้สึกมีส่วนร่วมกับการขับเคลื่อน องค์กรไปข้างหน้า ปัจจุบันเกิดกับผู้บริหารบางคนที่สามารถพูดคุยกับคนในองค์กรได้ทุกคน ไม่เว้น แม้แต่คนขับรถหรือแม่บ้าน พนักงานที่รักผู้บริหารสามารถส่งผลดีต่อกิจการได้มาก การกำหนดตัวชี้วัด ประสิทธิภาพงานนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญ และจะทำแบบผ่านๆ ไปไม่ได้ หลายบริษัทใช้ KPI มาจับ และ วัดคุณค่าของพนักงานผ่านตัวเลขเพียงไม่กี่ตัว บางครั้งมันก็ใช้ได้ดี แต่หลายครั้งอาจจะส่งผลตรงกันข้าม กันได้ การกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพงานที่ดีไม่ควรจะเหมือนๆ กันทุกบริษัท ทุกองค์กรควรมีการ ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้คนในองค์กรแต่ละแห่ง เพราะสิ่งที่ขับเคลื่อนองค์กรที่แท้จริงก็คือ “คน” หรือทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง หากองค์กรที่ผู้บริหารมองภาพไม่ไกลพอ หรือมีวิสัยทัศน์ไม่กว้างไกล ทำให้ เกิดความผิดพลาด และสร้างความเสียหายอย่างคาดคิดไม่ถึงก็มี การมองภาพขององค์กรที่ดีเราควรมอง หาความยั่งยืนในระบบบริหารจัดการทั้งภายในและภายนอก ควรมีการกำหนดเป้าหมายจากภาพระยะ ยาว ไม่ใช่ภาพระยะสั้นๆ และเปลี่ยนสิ่งเหล่านั้นให้เป็นนโยบายที่เหมาะสมกับการบริหารจัดการองค์กร ในแต่ละที่จะดีที่สุด

**ชาร์ลส์ ดาร์วิน (Charles Darwin)** ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของสังคมเป็นกระบวนการ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นขั้น ตอนตามลำดับจากขั้น หนึ่งไปสู่อีกขั้น หนึ่งในลักษณะที่มีการพัฒนา และก้าวหน้ากว่าขั้น ที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมที่มีรูปแบบเรียบง่ายไปสู่รูปแบบที่ สลับซับซ้อนมากขึ้น และมีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ จนเกิดเป็นสังคมที่มีความสมบูรณ์

**ปัจจัยทางสังคม (social factors)** ปัจจัยทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของ ผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานภาพในสังคม เป็นต้น



**กลุ่มอ้างอิง (reference group)** กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคคนใด หมายถึง กลุ่มบุคคลซึ่งผู้บริโภคคนนั้น ยึดถือหรือไม่ยึดถือเอาเป็นแบบอย่างในการบริโภคหรือไม่บริโภคตาม โดยที่ผู้บริโภคคนนั้นจะเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็ได้

**ครอบครัว (family)** สมาชิกในครอบครัวหนึ่งๆ ประกอบด้วยพ่อแม่ และลูก สมาชิกแต่ละคนในครอบครัวมีอิทธิพลอย่างสำคัญในพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค และยังมีผลการวิจัยที่ยืนยันว่าครอบครัวเป็นองค์กรซื้อที่สำคัญที่สุดในสังคม

**บทบาทและสถานภาพของบุคคล (role and status)** สถานภาพ หมายถึง ฐานะ ตำแหน่ง หรือเกียรติยศของบุคคลที่ปรากฏในสังคม ส่วน บทบาท หมายถึง การทำตามหน้าที่ที่สังคมกำหนดไว้ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมหลายหน่วย บุคคลทุกคนย่อมมีสถานภาพได้หลายอย่าง มากบ้างน้อยบ้าง เช่น เป็นพ่อ เป็นแม่ เป็นลูก เป็นรัฐมนตรี เป็นนักการเมือง เป็นปลัดกระทรวง เป็นนายตำรวจ เป็นนายธนาคาร เป็นนักศึกษา ฯลฯ สถานภาพเป็นสิ่งที่สมาชิกในสังคมหนึ่งๆ กำหนดขึ้นเป็นบรรทัดฐานสำหรับกระจายอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และสิทธิต่างๆ ให้แก่สมาชิก

**รูปแบบการดำเนินชีวิต (life styles)** รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลใด หมายถึง พฤติกรรมการใช้ชีวิต ใช้เงิน และใช้เวลา ของบุคคลคนนั้น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏซ้ำๆ กันในสัปดาห์ ต่อไปนี้ คือ มิติทางด้านลักษณะประชากรที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวคนคนนั้น (demographics) กิจกรรมที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วม (activities) ความสนใจที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (interest) และความคิดเห็นที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (opinion)

**ความเชื่อ** เป็นตัวก่อให้เกิดจินตภาพของผลิตภัณฑ์ขึ้นในหมู่ผู้บริโภค ถ้าหากปรากฏว่าผู้บริโภคมีความเชื่อผิดๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ย่อมเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องทำการรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อให้ถูกต้องด้วยกลวิธีต่างๆ

**ทัศนคติ** หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีธรรมชาติที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก แทนที่จะเปลี่ยนทัศนคติ นักการตลาดจึงควรใช้วิธีปรับข้อเสนอมให้สอดคล้องกับทัศนคติแทนนักการตลาดถ้าสามารถทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพดีเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ถ้าสามารถทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ของตนได้ ผลิตภัณฑ์นั้นย่อมมีจินตภาพที่ดีอยู่ในหัวใจของผู้บริโภค โอกาสที่ผลิตภัณฑ์จะขายได้ย่อมมีมากด้วย

**การเปลี่ยนแปลง (Change)** คือ การทำให้สิ่งต่างๆ เปลี่ยนไปจากที่เป็นอยู่เดิม ไม่เจาะจงว่าเป็นแบบวิธีใด ไม่เจาะจงทิศทาง หรืออัตราความเร็ว เช่น การแลกเปลี่ยนเงิน, สังคมเปลี่ยน, ลมเปลี่ยนทาง, การเปลี่ยนเกียรติยศ (วรทัศน์ อินทรคัมพร, 2548)

### ความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของของบุคลากร

Smart Office ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่วยให้องค์กรสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้เช่นเดียวกัน รวมถึงเป็นการช่วยให้องค์กรสามารถลดพื้นที่จากสำนักงานใหญ่ แล้วมี Smart Office ในบริเวณอื่นที่มีค่าเช่าที่ลดลง ประกอบกับการนำเทคโนโลยีอย่างเช่น ระบบจองโต๊ะทำงาน เข้ามาบริหารจัดการ ช่วยทำให้คุณรู้อัตราการใช้งานที่แท้จริง และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ



Smart Office ยังดึงดูดให้พนักงานใหม่ๆ ให้อยากร่วมงาน การมี Smart Office ยังสามารถช่วยสามารถดึงดูดให้คนได้เจอกับคนใหม่ๆ เพื่อทำความรู้จักสร้างเครือข่าย และสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจขององค์กรด้วยเช่นเดียวกัน ไม่ว่าเป้าหมายของธุรกิจองค์กรจะเป็นเรื่องการปรับปรุงการให้บริการลูกค้าหรือเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้าในย่านนั้นๆ อีกสิ่งหนึ่งที่สามารถช่วยธุรกิจคุณได้คือการที่คุณได้เห็นรูปแบบการใช้ชีวิตขององค์กรในย่านนั้นๆ ซึ่งอาจจะส่งผลดีกับธุรกิจขององค์กรด้วยเช่นเดียวกัน การใช้ในออฟฟิศขององค์กรนั้นมีประโยชน์มากมายหลายข้อด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป้าหมายขององค์กรต้องการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าของคุณ และตอบสนองความต้องการของพนักงาน ประกอบกับจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้หลายๆ องค์กรเริ่มมาพิจารณาการกระจายออฟฟิศในหลายๆ แห่งมากกว่าการรวมกันในสำนักงานเพียงแห่งเดียว เพื่อลดความเสี่ยง และช่วยให้การดำเนินธุรกิจยังสามารถดำเนินต่อไปได้ เป็นต้น



ที่มา : เอ็กซ์ซี, <https://www.meetintouch.com>

บางครั้งการขยายกิจการที่หลายคนคิดว่าเป็นเรื่องที่ดีมันกลับส่งผลตรงกันข้าม สาเหตุเป็นเพราะโมเดลธุรกิจแต่ละอย่างมีการเติบโตในรูปแบบของมันเอง หากองค์กรนั้นๆ มีกิจการ “ผูกขาด” นั้นหมายความว่า ขนาดของกิจการสามารถเติบโตได้แทบจะไม่จำกัด แต่ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ใช่แบบนั้น ทุกกิจการมีการแข่งขัน หน้าที่ของเจ้าของกิจการ คือ ต้องหาที่ยืน หาตำแหน่งของตนเองให้เจอ และยังคงมองหาขนาดที่เหมาะสมขององค์กรอีกด้วย เพราะหากผู้บริหารทำใหญ่เกินไปอาจสะดุด และหกล้มได้ง่ายๆ การมองหาขนาดที่เหมาะสมขององค์กร ถือเป็น “ศิลปะ” ที่จะคงความยั่งยืนให้กับธุรกิจได้ในระยะยาว “ปัจจัยแห่งการปรับตัว” เพราะในยุคนี้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายแทบจะตลอดเวลา ความสนใจของลูกค้าหรือพฤติกรรมผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทุกอย่างล้วนเป็นไปตามการตอบสนองต่อความสะดวกสบาย และทำให้คุณภาพชีวิตของผู้คนดีขึ้น หน้าที่ของผู้นำองค์กรก็คือ การมองภาพอนาคตให้ออก มองให้ขาด และหาแนวคิดเพื่อปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ผู้นำองค์กรที่ไม่หยุดนิ่ง มีการปรับภาพอนาคตอยู่ตลอดเวลาจึงจะอยู่รอด และนำพากิจการให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้



## ประโยชน์ของ Smart Office

ความเสี่ยงระดับองค์กร คือ ความเสี่ยงระดับนโยบาย กลยุทธ์หรือความเสี่ยงที่ทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ระดับกลยุทธ์องค์กรได้ โดยแนวทางบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management) ได้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงกับกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ และการวางแผนธุรกิจ ดังนั้นการบริหารความเสี่ยงจะช่วยระบุเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อองค์กร

การเปลี่ยนแปลงออฟฟิศให้เป็น Smart Office มีประโยชน์ต่อองค์กร และพนักงานมากมาย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้

**1. การทำงานร่วมกันดียิ่งขึ้น** ปัจจุบันลักษณะงานจำเป็นที่จะต้องทำงานร่วมกันมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภายในทีม หรือแต่ละแผนก เป็นต้น เพื่อต่อยอดไอเดียของกันและกัน และพัฒนานวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย อย่างเช่น ระบบจองห้องประชุม “Meet in Touch” ที่จะช่วยทำให้พนักงานสามารถหาและจองพื้นที่ห้องประชุมภายในออฟฟิศได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น ลดเวลาในการหาห้องประชุม และทำให้การเริ่มต้นการประชุมหรือการทำงานร่วมกันเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

**2. เพิ่ม Productivity ในการทำงาน** หนึ่งในเหตุผลที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการนำระบบ Smart Office เข้ามาใช้ คือ การพัฒนา Productivity เพิ่มมากยิ่งขึ้น หมายถึงการลดขั้นตอนต่างๆที่ไม่เกี่ยวกับงานให้ได้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น การหาห้องประชุม หลายคนคงเคยเจอกับปัญหาการหาห้องประชุมที่ต้องใช้เวลาานาน หรือปัญหาการจองห้องประชุมแล้วไม่มีคนใช้ ทำให้ต้องเสียเวลาในการติดต่อไปยังเจ้าของห้อง หรือในบางกรณีอาจจะจำเป็นที่จะต้องเช่าห้องประชุมที่อื่นในตึกเดียวกัน เป็นต้น หรือในกรณีที่ออฟฟิศเป็นรูปแบบ Flexible Workplace หากไม่มีระบบเข้ามาจัดการการหาตำแหน่งโต๊ะทำงานส่วนกลาง รวมถึงการหาตำแหน่งของเพื่อนร่วมงาน ก็สามารถทำได้ยาก ส่งผลทำให้สูญเสียเวลาไปอย่างมากในแต่ละสัปดาห์ หรือแต่ละเดือน

**3. เพิ่มอัตราการใช้งานภายในออฟฟิศให้ดียิ่งขึ้น** โจทย์ใหญ่ของผู้ดูแลอาคาร หรือผู้บริหาร คือการที่ต้องการจะทำให้พื้นที่ภายในออฟฟิศถูกใช้ได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด การนำระบบ Smart Office มาใช้จะช่วยเปลี่ยนพื้นที่บริเวณต่างๆ ที่ถูกใช้อย่างไม่ถูกต้อง หรือไม่เต็มประสิทธิภาพมาพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น กรณีห้องประชุมที่ถูกจองแล้วไม่ได้ใช้ หรือที่เรียกว่า No-Show การนำระบบจองห้องประชุมเข้ามาแก้ปัญหาในส่วนนี้จะช่วยทำให้มีห้องประชุมว่างมากยิ่งขึ้น

**4. เข้าใจการใช้งานพื้นที่โดยละเอียด** การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้จะช่วยทำให้องค์กรสามารถเก็บข้อมูลการใช้งานจริงในพื้นที่บริเวณต่างๆของพนักงานได้อย่างแม่นยำ ช่วยทำให้รู้ว่าการปรับปรุงออฟฟิศในอนาคตจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงไปในทิศทางใด เช่น องค์กรควรที่จะแบ่งห้องประชุมขนาดใหญ่ ออกเป็นสองห้องย่อยหรือไม่ พื้นที่โต๊ะทำงานส่วนกลางมีอัตราการใช้นาน้อยเป็นอย่างไร เป็นต้น การมีข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องที่สำคัญที่จะช่วยทำให้องค์กรไม่ต้องคาดเดาอีกต่อไปในอนาคต

**5. ดึงดูดพนักงานใหม่และรักษาพนักงานเดิม** การที่องค์กรให้ความสำคัญ และใส่ใจในเรื่องของเทคโนโลยี รวมไปถึงการปรับปรุงพัฒนาพื้นที่ภายในบริเวณออฟฟิศให้ดียิ่งขึ้น หรือรองรับการทำงานรูปแบบใหม่ๆมากยิ่งขึ้น อย่างเช่น พื้นที่ทำงานส่วนกลาง พื้นที่ Common Area การติดตั้ง Phone Booth สำหรับพนักงานที่ต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นต้น สิ่งต่างๆเหล่านี้จะช่วยส่งผลทำให้



เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเกิดไอเดียใหม่ๆ ในการทำงานมากยิ่งขึ้น รวมถึงยังเป็นการดึงดูดคนรุ่นใหม่หรือพนักงานใหม่ให้สนใจอยากเข้าร่วมงานกับองค์กรของคุณมากยิ่งขึ้น

## 6 ตัวอย่างเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ SMART OFFICE

1. **ระบบจองห้องประชุมอัจฉริยะ (Smart Meeting Room Booking System)** การติดตั้งระบบจองห้องประชุมจะช่วยทำให้องค์กรสามารถจัดการปัญหาต่างๆ ในเรื่องของการจองห้องประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้อัตราการใช้ห้องประชุมดียิ่งขึ้น เพิ่ม Productivity ที่ดีให้กับพนักงาน สามารถจองห้องประชุมจากที่ไหนก็ได้ง่ายๆ ผ่านมือถือ

2. **ระบบจดจำใบหน้า (Facial Recognition Access Control)** ความปลอดภัยและความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากในยุคปัจจุบัน นอกจากจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับพื้นที่บริเวณต่างๆ แล้ว ยังเป็นช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงาน ผ่านการใช้ออกอาคารแบบไร้สัมผัส ตอบโจทย์ Touch less Technology

3. **ระบบควบคุมแสงสว่าง (Lighting Automation Control)** การนำเทคโนโลยีเซนเซอร์ IoT มาใช้ในการควบคุมแสงสว่างหรือเปิดปิดไฟอัตโนมัติจะช่วยทำให้องค์กรสามารถควบคุมแสงสว่างภายในอาคารได้จากระบบเดียว ช่วยลดค่าใช้จ่ายในกรณีที่ไม่มีผู้ใช้งาน รวมถึงสามารถนำมาเชื่อมต่อกับระบบจองห้องประชุม Meet in Touch ได้ง่ายๆ ในกรณีที่ไม่มีผู้ใช้งาน สามารถตั้งค่าระบบให้ปิดไฟอัตโนมัติได้ เป็นต้น

4. **ตู้ล็อกเกอร์อัจฉริยะ (Smart Locker)** การนำระบบตู้ล็อกเกอร์อัจฉริยะเข้ามาใช้ช่วยทำให้พนักงานสามารถเก็บของใช้ได้อย่างปลอดภัยด้วยตนเอง ผู้ดูแลระบบสามารถปรับเปลี่ยนตู้ล็อกเกอร์แบบถาวรหรือแบบชั่วคราวได้ง่ายๆผ่านระบบหน้าจ่อัจฉริยะ รวมถึงการตั้งค่าอื่น ๆ ในระบบจากที่ไหนก็ได้ผ่านระบบ Cloud รองรับการทำงานรูปแบบใหม่ในอนาคต รวมถึงตู้ล็อกเกอร์ควรรที่จะรองรับขนาดที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ทุกการใช้งานของพนักงาน

5. **ระบบบันทึกผู้มาติดต่อ (Visitor Management System)** นอกจากเทคโนโลยีภายในออฟฟิศสำหรับพนักงานแล้ว อีกส่วนหนึ่งที่องค์กรให้ความสำคัญคือ บริเวณ Lobby ต้อนรับแขกผู้มาติดต่อ องค์กรสามารถนำระบบบันทึกผู้มาติดต่อเข้ามาบริหารจัดการแขกผู้มาติดต่อในการลงทะเบียนข้อมูล รวมถึงเป็นระบบที่ใช้ในการแจ้งเตือนพนักงานภายในเมื่อผู้มาติดต่อมาถึงแล้ว ช่วยองค์กรสามารถเพิ่มความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อป้องกันคนแปลกหน้าอีกด้วย

6. **ระบบจองโต๊ะทำงานส่วนกลาง (Workplace Management System)** จากเทรนด์ Hybrid Office ที่ทำให้ออฟฟิศไม่ได้เป็นสถานที่ทำงานเพียงแห่งเดียวอีกต่อไป พนักงานมีอิสระในการเลือกที่ทำงานมากยิ่งขึ้น เมื่อองค์กรปรับลดพื้นที่ทำงานโต๊ะทำงานประจำลง และเพิ่มพื้นที่โต๊ะทำงานส่วนกลางมากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีระบบจองโต๊ะทำงานส่วนกลาง หรือที่เรียกว่า Hot Desk Booking System เข้ามาจัดการจะช่วยทำให้ พนักงานสามารถจองโต๊ะทำงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถวางแผนก่อนการเข้ามาทำงานที่ออฟฟิศได้ รวมถึงองค์กรสามารถลดค่าเช่าพื้นที่ลงได้ จากข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึกจากระบบ (เอ็กซ์ซี, <https://www.meetintouch.com>)

อาหารถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการออกท่องเที่ยว ผลสำรวจระบุว่า นักท่องเที่ยวกว่า 53% เลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากอาหารและเครื่องดื่ม เช่น งานเทศกาลที่จะสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ค้นพบวัฒนธรรมอาหารประจำท้องถิ่นหรือ Meal-Sharing Platform แพลตฟอร์มที่จะช่วยเติมเต็มการท่องเที่ยวด้วยมื้ออาหารในแบบพื้นถิ่นปัจจุบันโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคม



ผู้สูงอายุ ตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่กำลังเติบโตควบคู่ไปด้วย ปี 2025 คาดการณ์ว่าตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุจะขยายตัวขึ้นไปจนถึง 18,000 ล้านบาทหรือร้อยละ 25% เพิ่มขึ้นจากปีปัจจุบันกว่า 25% โดยผลิตภัณฑ์ที่มาแรง ก็เช่น Elderly Snack ขนมคบเคี้ยวที่ลดสารอาหารที่ส่งผลเสียต่อร่างกาย หรือ เพิ่มสารอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพเข้าไป

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะ “ครัวของโลก” เป็นแหล่งผลิตอาหารครบวงจรที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยในอาหาร และการพัฒนาระบบการตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศ พาครัวไทยสู่ครัวโลก ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีฤดูการผลิตตลอดทั้งปี โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกมันสำปะหลังทุเรียนป้องกัน สับปะรดป้องกัน ข้าว และน้ำตาลที่สำคัญของโลกอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารในประเทศไทยผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบในประเทศกว่าร้อยละ 80 ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตให้กับผู้ประกอบการส่งผลให้บริษัทผลิตและแปรรูปอาหารในไทยสามารถเติบโต และแข่งขันได้ในตลาดโลก การใส่ใจเรื่องการบริโภคมากขึ้น ทั้งในแง่ของการกินอาหารเพื่อดูแลสุขภาพ สร้างภูมิคุ้มกันโรคภัย และการเลือกกินอาหารที่มีประโยชน์ ปรุงสุก สะอาด และปลอดภัย ไปจนถึงวิถีในการเข้าถึงอาหาร ที่หลีกเลี่ยงการเดินทางไปนั่งกินอาหารที่ร้าน เพราะต้องสัมผัสกับผู้คนและมลภาวะต่างๆ รอบตัว การสั่งอาหารรูปแบบ Delivery จึงกลายเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เพื่อนำสู่แนวทางที่จะกล่าวถึงต่อไปในการปรับตัวของ อุตสาหกรรมอาหาร 2564

## สรุป

อิทธิพลของสมาร์ตออฟฟิศ (Smart Office) ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหาร จากสถานการณ์ COVID-19 ได้พิสูจน์แล้วว่าการทำงานในออฟฟิศนั้นยังคงมีความจำเป็น ดังนั้นองค์กรต่างๆ ควรกลับมาให้ความสำคัญ ในเรื่องของเทคโนโลยี Smart Office เพื่อบริหารจัดการทุกพื้นที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ตอบโจทย์รูปแบบออฟฟิศที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในอนาคต การเกิดขึ้นของวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมแทบทุกประเภท โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมอาหาร เหตุผลหลักก็เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เห็นได้ชัดที่สุด คือ การใส่ใจเรื่องการบริโภคมากขึ้น ทั้งในแง่ของการกินอาหารเพื่อดูแลสุขภาพ สร้างภูมิคุ้มกันโรคภัย และการเลือกกินอาหารที่มีประโยชน์ ปรุงสุก สะอาด และปลอดภัย ไปจนถึงวิถีในการเข้าถึงอาหาร ที่หลีกเลี่ยงการเดินทางไปนั่งกินอาหารที่ร้าน เพราะต้องสัมผัสกับผู้คนและมลภาวะต่างๆ รอบตัว การสั่งอาหารรูปแบบ Delivery จึงกลายเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เพื่อนำสู่แนวทางที่จะกล่าวถึงต่อไปในการปรับตัวของ อุตสาหกรรมอาหาร ปี 2564

การระบาด COVID-19 ครั้งนี้สร้างโอกาสใหม่ขึ้นจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต และการบริโภคที่เปลี่ยนไป เมื่อผู้คนหันมาให้ความสนใจในการดูแล และระมัดระวังตัวเองมากขึ้น ทั้งด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และการมองหาสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเอง ซึ่ง “อาหาร” ก็นับเป็นอีกหนึ่งเรื่องสำหรับผู้บริโภคตระหนัก และให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ พาครัวไทยสู่ครัวโลก



## เอกสารอ้างอิง

- พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2558.
- สุขุม ศุภนิത്യ. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2552.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.). กรุงเทพมหานคร: กองส่งเสริมและพัฒนา  
มาตรฐาน. 2549.
- วรทัศน์ อินทรคัมพร. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์. 2548.
- เอ็กซ์ซี, ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหาร . แหล่งที่มา: <https://www.meetintouch.com>.
- SiamGlove: อุตสาหกรรมผลิตอาหาร. แหล่งที่มา: <https://www.siamglove.com>.
- salika: ผลิตอาหาร. แหล่งที่มา: <https://www.salika.co>.





## การพัฒนาจริยธรรมนักเรียนโดยอาศัยกระบวนการ ตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา

ดร.ภัทราภา คงชาย

โรงเรียนเทศบาล 5 เทศบาลเมืองปัตตานี

Received September 20, 2021, Revised October 6, 2021, Accepted November 10, 2021

### บทคัดย่อ

การพัฒนาประเทศในอนาคตให้เป็นสังคมที่พึงปรารถนาควรมี การพัฒนาจริยธรรมนักเรียน โดยอาศัยกระบวนการตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา ให้เกิดแรงกระแสนักสังคมที่มีสมรรถภาพ มี เสรีภาพ ความยุติธรรม ความเมตตากรุณา คนมีความสุข ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติ เศรษฐกิจสมดุล สิ่งแวดล้อมยั่งยืน ประเทศมีความมั่นคง ปรัชญาในการพัฒนาประเทศควรเป็นการ พัฒนาจริยธรรม “คน” เพื่อให้คนเป็นองค์รวมในสังคม และมีบทบาทในการพัฒนาตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เป้าหมายการศึกษา จะต้องมุ่งสร้างคนที่มีคุณธรรม มีความ มั่นใจ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระ ใฝ่การศึกษาที่สนองปัญหา และพัฒนาความเป็นมนุษย์ เพื่อ ส่งเสริมอิสรภาพปัจเจกบุคคล ส่งเสริมให้คนมีคุณธรรมต่อกัน มีค่านิยมและจริยธรรมตามหลักคำสอน พระพุทธศาสนา มีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีขันติธรรม

การพัฒนาจริยธรรมนักเรียนโดยอาศัยกระบวนการตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนาเยาวชน ก็จะต้องออกมาเป็นบุคคลที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ คือเป็นทั้งคนเก่ง และคนดี ทำให้สังคมและประเทศชาติ เจริญก้าวหน้าอย่างปกติสุข แต่หากบัณฑิตเหล่านี้ไร้ซึ่งคุณธรรม มีความรู้อย่างเดียวใช้วิชาความรู้ที่เรียน มาไปในทางไม่ถูกต้องก็จะสร้างปัญหาให้กับสังคม และประเทศชาติการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม ในสถานศึกษาจึงเป็นสิ่งจำเป็น ปัญหาในการพัฒนาคือต้องใช้เวลา อดทน อดกลั้น และ ปัญหาส่วนมาก พบว่า เกิดจากครอบครัว การที่มีแม่แบบให้ดูเป็นตัวอย่างเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการให้คุณค่าคนดีใน สังคมการสร้างกิจกรรมเป็นกิจกรรมเสริมให้เห็นคุณค่าของการมีคุณธรรมและจริยธรรม และที่สำคัญ กว่านั้นคือการปฏิบัติให้เห็นจริงจะทำให้เกิดศรัทธาที่จะปฏิบัติตาม

**คำสำคัญ:** การพัฒนาจริยธรรมนักเรียน, กระบวนการตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา

มจร



## Developing student ethics through processes based on Buddhist teachings

Dr.Phattarapa Kongchy  
Thetsaban 5 Mueang Pattani School.

### Abstract

The development of the country in the future to be a desirable society should have Development of student ethics through the process according to Buddhist teachings to create a powerful social trend with freedom, justice, benevolence, happy people, warm family Strong community, peaceful society, balanced economy sustainable environment the country is stable Philosophy of national development should be the development of ethics of "people" in order to enable people to be holistic in society. and play a role in the continuous development of oneself, family, community and society throughout life. Educational goals must aim to create people who are virtuous, confident, independent, independent, pursuing education that meets problems. and human development to promote individual freedom Encourage people to be honest with each other have values and ethics according to Buddhist teachings self-discipline Responsibility, tolerance

Developing student ethics through a process based on Buddhist teachings, youth will end up being a person of high quality. is to be both a smart person and a good person, enabling society and the country to progress normally But if these graduates have no morals Having knowledge alone, using the knowledge learned in the wrong way will create problems for society. And the nation, moral and ethical development in educational institutions is therefore essential. Problems in development are time-consuming, patience, and forbearance, and most of the problems are found to be family-related. Having a model to illustrate is very important in valuing good people in society. Creating activities is an activity that reinforces the values of morality and ethics. And more importantly, the practicality will lead to the faith to follow.

**Keywords:** student ethics development, Buddhist teachings

มจร



## บทนำ

การพัฒนาจริยธรรมของบุคคลจะต้องมุ่งเน้นไปที่บุคลิกภาพภายใน คือ บุคลิกภาพด้านอุปนิสัยใจคอ กล่าวโดยหลักก็คือ ต้องมุ่งเน้นพัฒนาที่จิตใจให้มีคุณภาพ ทั้งนี้ต้องอาศัยหลักกรรมทางศาสนาเป็นพื้นฐานเบื้องต้น เพราะคุณธรรมที่อยู่ในจิตใจจะคอยกระตุ้นเตือนให้บุคคลแสดงออกทางจริยธรรมที่เหมาะสมในขณะที่กระทำภารกิจต่าง ๆ จัดเป็นการพัฒนาตนเองในการอยู่ร่วมกันในสังคม (บุญสืบ โพธิ์ศรี และอุทัยวรรณ ฉัตรสุวรรณ, 2547 : 173-177)

**ตั้งพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ที่ทรงมีแก่พสกนิกรไทย ดังนี้**

“ระยะนี้บ้านเมืองของเราพลเมืองเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งมีสัญญาณบางอย่างเกิดขึ้นด้วยว่า สังคมของเราเสื่อมทรามไปในทางความประพฤติและจิตใจ ซึ่งเป็นอาการที่น่าวิตกว่า ถ้าหากยังคงเป็นอยู่ต่อไป เราอาจเอาตัวไม่รอด ปัจจุบันนี้ แม้ว่าเราจะอยู่ท่ามกลางความเจริญรุดหน้าแห่งยุคปัจจุบันอย่างไร เราก็ทอดทิ้งการศึกษาทางด้านจิตใจ และศีลธรรมจรรยาไม่ได้ ตรงข้ามเราควรจะไปใส่ใจสั่งสอนกันให้หนักแน่นทั่วถึงยิ่งขึ้น เพื่อให้มีความคิดความเข้าใจถูกต้องสอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมที่วิวัฒนาการไปไม่หยุดยั้ง เราจะต้องสอนทั้งสองอย่าง สอนวิทยาการทำให้หาเลี้ยงชีพ นี้หมายความว่ามีความรู้ทางวัตถุ และต้องรู้จักควบคุมจิตใจ ควบคุมสติของตัวให้เราสามารถใช้อย่างมีความรู้ทางด้านวัตถุเพื่อประโยชน์ของตนเอง ถ้าไม่รู้จักควบคุมความรู้ที่มีในวัตถุ ก็อาจเกิดความเดือดร้อนต่อผู้อื่น ในที่สุดก็เป็นความเดือดร้อนต่อตนเอง”

สถานการณ์ในยุคนี้ ทุกคนทุกฝ่ายต้องยอมรับกันแล้วว่า ภาวะสังคมไทยกำลังอยู่ในสภาพวิกฤติเกือบทุกด้านทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือแม้แต่การศึกษา ทุกระบบดังกล่าวยังไม่อยู่ในสถานะที่พึงพอใจ ยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงอีกหลายประการ แม้รัฐบาลจะได้ให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวดังเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ( พ.ศ.2540 -2544) เป้าหมายสำคัญอยู่ที่มีการสังคมที่พึงปรารถนา ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง ประเทศชาติมั่นคง ซึ่งเป็นสิ่งที่เรียกรวมว่า เป็นการพัฒนายั่งยืน ด้วยการยึด “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยเน้นให้คนมีความสุข มีศีลธรรม มีการศึกษา มีจิตสำนึก ต่อความรับผิดชอบ ต่อสังคม มีระเบียบวินัย เห็นคุณค่าของศาสนา ในการพัฒนา “คน” เพื่อให้มีคุณลักษณะทุกฝ่ายตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียน ชุมชน สื่อมวลชน ตลอดจนผู้บริหารทุกฝ่ายทุกระดับต้องเป็นแกนและตัวจักรสำคัญ โดยเฉพาะผู้บริหารในระดับใดจะต้องเห็นคุณค่าของตน ต้องเสริมสร้างพัฒนาตนเอง และเอื้ออำนวยในการพัฒนาบุคลากรในความรับผิดชอบ รวมทั้งเยาวชนที่ผู้บริหารนั้นๆ มีส่วนเกี่ยวข้องให้บุคคลเหล่านั้นเป็นคนเก่งและคนดี เพื่อจะได้ดำรงชีวิตในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างมีความสุข สามารถช่วยสร้างสรรค์สังคมได้ ผู้บริหารต้องตระหนักในบทบาทของตนเองในฐานะผู้นำ เป็นแบบอย่าง เป็นแกนสำคัญในการจะเป็

แรงจูงใจ กระตุ้นให้บุคลากรในความดูแลรับผิดชอบเป็นบุคคลที่เป็นทั้งคนเก่งและคนดี เพื่อจะช่วยพยุงจรรโลงสังคมไทยให้พ้นจากสภาวะวิกฤติ



## ความหมายของคุณธรรมจริยธรรม

การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมให้นักเรียน สถานการณ์บ้านเมืองของประเทศไทยเราในปัจจุบันนี้ ดูน่าเป็นห่วง อย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตทางเศรษฐกิจ ปัญหาความเสื่อมถอยในด้านคุณธรรม จริยธรรมของคน ทั้งในระดับนักการเมือง ข้าราชการ หรือ คนในแวดวงอาชีพอื่นๆ ภาพที่เห็นชัดเจนและเป็นข่าวอยู่ทุกวัน ก็คือ การทุจริตคอร์รัปชัน การก่ออาชญากรรม การเสพและการค้ายาเสพติด ซึ่งแพร่ระบาดในกลุ่มเยาวชนไทย ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา จนถึง อุดมศึกษา รวมถึงการแต่งกาย ล่อแหลม ที่เป็นมูลเหตุก่อให้เกิดอาชญากรรม ทาเพศ ของนักศึกษาหญิง การขายบริการทางเพศของนักศึกษา การที่นักศึกษาอยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยา การทะเลาะวิวาทของนักศึกษาทั้งภายในสถาบันเดียวกันและต่างสถาบัน เหล่านี้เป็นต้น

ในปัจจุบัน ครู - อาจารย์ จะต้องทำหน้าที่เป็นหลักสำคัญ ให้กับ นักศึกษา 2 อย่าง คือ 1) ชี้นำชีวิตที่ดีงามแก่นักเรียน นักศึกษา 2) ปลูกความเป็น นักเรียน นักศึกษาให้ตื่นขึ้น ให้เป็นผู้ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ดังนั้น ครู - อาจารย์ ในสถาบันอุดมศึกษา คงไม่อาจปฏิเสธภาระหน้าที่ สำคัญในด้าน การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ให้นักศึกษา นอกเหนือ จากงานด้านการเรียนการสอนเชิงวิชาการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่มของเยาวชนดังกล่าว ทุกคนต่างลงความเห็นตรงกันว่า เยาวชนไทยของเราขาดการปลูกฝังในด้าน คุณธรรม จริยธรรม อย่างยั่งยืน คือ อาจจะมีอยู่บ้างแต่เป็นแบบฉาบฉวย ไม่เกิดผลที่ถาวรในขณะที่สังคมไทยต้องการเห็นภาพการพัฒนาเยาวชนไทยไปสู่การ เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความสมบูรณ์ ทั้งร่างกายและจิตใจ มีสติ ปัญญา มีความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรม ในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับ ผู้อื่นได้ อย่างมีความสุข มีรายงานผลการสำรวจของผู้ที่ถูกให้ออกจากงาน เฉพาะในกรณีที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของตัวพนักงานเอง พบว่า 17 % ถูกให้ออกจากงาน เพราะ ขาดทักษะความรู้ และประสบการณ์ 83 % ถูกให้ออกจากงานเพราะปัญหาเรื่อง ความประพฤติ และบุคลิกภาพ ในขณะที่เดียวกันมีผู้ไปสำรวจความคิดเห็น ของ ผู้ประกอบการ (<https://sites.google.com>) ในการพิจารณารับคนเข้าทำงาน ในหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากต้องการบัณฑิต ที่มีคุณลักษณะดังนี้ ขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ อดทน เสียสละ และ มีความรับผิดชอบ ซึ่งปรากฏการณ์ในสังคม ดังกล่าวนี้นี้เป็นผลโดยตรง มาจากเรื่องของการปลูกฝัง ทางด้านคุณธรรม จริยธรรม

คำว่า "คุณธรรมจริยธรรม" นี้ เป็นคำที่คนส่วนใหญ่จะกล่าวควบคู่กันเสมอ จนทำให้เข้าใจผิดได้ว่า คำทั้งสองคำมีความหมายอย่างเดียวกันหรือมีความหมายเหมือนกัน แต่ที่จริงแล้วคำว่า "คุณธรรม" กับคำว่า "จริยธรรม" เป็นคำแยกออกได้ 2 คำ และมีความหมายแตกต่างกันคำว่า "คุณ" แปลว่า ความดี เป็นคำที่มีความหมายเป็นทางนามธรรม ส่วนคำว่า "จริย" แปลว่า ความประพฤติกริยา ที่ควรประพฤติเป็นคำที่มีความหมายทางรูปธรรม ดังนั้น จึงควรที่ผู้บริหารจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำสองคำนี้ให้ถ่องแท้ก่อน

**พระธรรมปิฎก (ป.อ.ยุตโต) (2540: 14)** ได้กล่าวว่าคุณธรรมเป็น ภาพของจิตใจกล่าวคือ คุณสมบัติที่เสริมสร้างจิตใจให้ตั้งงาม ให้เป็นจิตใจที่สูง ประณีตและประเสริฐ เช่น

จาคะ คือ ความมีน้ำใจเสียสละ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่เห็นแก่ตัว

**วคิน อินทสระ (2541:106,113)** กล่าวตามหลักจริยศาสตร์ว่า คุณธรรม คือ อุปนิสัยอันดีงามซึ่งสั่งสมอยู่ในดวงจิต อุปนิสัยอันนี้ได้มาจากความพยายามและความประพฤติติดต่อกันมาเป็น



เวลานาน... คุณธรรมสัมพันธ์กับหน้าที่อย่างมาก เพราะการทำหน้าที่จนเป็นนิสัย จะกลายเป็นอุปนิสัย อันดีงามที่สั่งสมในดวงจิตเป็นบารมี มีลักษณะอย่างเดียวกันนี้ ถ้าเป็นฝ่ายชั่ว เรียกว่า “อาสวะ” คือกิเลสที่หมักหมมในดวงจิต ย่อมจิตให้เศร้าหมองเกราะกรังด้วยความชั่วนานาประการกลายเป็นสันดานชั่ว ทำให้แก้ไขยากสอนยาก กล่าวโดยสรุป คุณธรรมคือความกล้าเลิกแห่งอุปนิสัยซึ่งเป็นผลของการกระทำหน้าที่จนกลายเป็นนิสัยนั่นเอง

**พระเมธีธรรมภรณ์ (ประยูร ธมมจิตโต)** (2538: 15-16) กล่าวว่า คุณธรรมคือคุณสมบัติที่ดีของจิตใจ ถ้าปลูกฝังเรื่องคุณธรรมได้จะเป็นพื้นฐานจรรยาบรรณ... จรรยาบรรณนี้เป็นเรื่องพฤติกรรมในการที่จะพัฒนาต้องตีความออกไปว่า พฤติกรรมเหล่านี้มีพื้นฐานจากคุณธรรมข้อใด เช่น เบญจศีล เป็นจริยธรรม เบญจธรรมเป็นคุณธรรมคือ ความเมตตากรุณา ถ้ามีความเมตตากรุณาจะมีฐานของศีลข้อที่ 1 เป็นต้น ส่วนจริยธรรม พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (2538 : 216 ) ให้ความหมายว่า “จริยธรรมหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม”

**พระเมธีธรรมภรณ์ (ประยูร ธมมจิตโต)** (2535: 81-82) กล่าวว่าจริยธรรม คือ หลักแห่งความประพฤติ หรือแนวทางการปฏิบัติ หมายถึง แนวทางของการปฏิบัติ หมายถึง แนวทางของการประพฤติปฏิบัติจนให้เป็นคนดีเพื่อประโยชน์สุขของตนเองและส่วนรวม

**รองศาสตราจารย์ ดร.ทศนา แคมมณี** (2546 : 50 - 60) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีการส่งเสริมการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ที่สอดคล้องกับทฤษฎีที่กล่าวมา และความเหมาะสมกับการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ของเด็ก เยาวชนในวัยเรียนโดยการประยุกต์ใช้พุทธวิธีในการสอน

ในการสร้างความเจริญงอกงามของบุคลากร และสังคมตามเจตนารมณ์ ของ พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติฉบับนี้ คือ การพัฒนาเจตคติเพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งใน พรบ. มีการกล่าวถึงการจัดการศึกษา ในลักษณะของกระบวนการเรียนการสอน ในการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม เอาไว้อย่างเป็นระบบเริ่มจากความมุ่งหมาย และหลักการ แนวทางการจัดการศึกษา การจัดการกระบวนการเรียนรู้ สารสำคัญของหลักสูตร และการประเมินผล โดยได้บัญญัติประเด็นดังกล่าวเอาไว้ในแต่ละมาตรา

คุณธรรมและจริยธรรมเป็นนามธรรมอยู่ในตัวบุคคล และเป็นทั้งคุณลักษณะของพฤติกรรมที่มีพื้นฐานมาจากนามธรรมดังกล่าว แม้สังคมจะมีบรรทัดฐานชัดเจนว่าเรื่องใดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ แต่ก็ยากที่จะพัฒนาคุณลักษณะภายในซึ่งเป็นนามธรรม (คุณธรรม) ให้สามารถเป็นพื้นฐานและกำกับให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (จริยธรรม) ได้ และให้เป็นคุณลักษณะที่เกิดจากภายในจากจิตบริสุทธิ์อันมิใช่ปฏิบัติตามเพราะมีบทลงโทษทางจริยธรรม

### จริยธรรมของคนไทย

สังคมไทยเป็นสังคมที่มีประวัติความเป็นมาสืบทอดต่อกันมาเนิ่นนาน มีลักษณะหลายประการที่เป็นของตัวเองอย่างเห็นได้ชัด เช่นการเคารพผู้มีอาวุโส ความเกรงอกเกรงใจกัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ฯลฯ ผู้บริหารควรศึกษาว่าอะไรเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมนิสัยของคนไทยให้มีลักษณะดังกล่าว สิ่งที่หล่อหลอมอุปนิสัยของคนไทยในด้านคุณธรรมจริยธรรม อาจพิจารณาในด้านกว้าง ๆ ได้ 3 ประการ ดังนี้



1. จริยธรรมตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา
2. สภาพการดำเนินชีวิตของคนไทยในอดีต
3. สภาพการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน

**1. จริยธรรมตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา ศาสนาที่สำคัญ และศาสนาประจำชาติไทย** คือ **พุทธศาสนา** ซึ่งเป็นศูนย์รวมของจิตใจ เป็นที่รวมของกิจกรรม พิธีการต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต เป็นแหล่งที่สร้างสรรค์และส่งเสริมค่านิยมประเพณีต่าง ๆ ของคนไทย และจากศาสนาตัวเองเป็นพื้นฐานของคุณธรรมจริยธรรมละศีลธรรมของคนในด้านต่าง ๆ อันก่อให้เกิดคุณค่าที่สำคัญ 3 ประการ (เสถียร โกเศศ, อ่างใน ไพฑูริย์ สีนลารัตน์, 2534: 41-42) การดำเนินชีวิตแบบทางสายกลาง คนไทยในอดีตนิยมทางสายกลาง ทำสิ่งใดก็ต้องรู้จักประมาณตน นับแต่การทำงาน การติดต่อสัมพันธ์ในวงงาน ความเป็นเพื่อนแม้จะสนิทสนมชิดเชื้อกันดี แต่ก็ต้องไม่สนิทสนมกันเกินไป ความเป็นอิสระของทุกคนยังมีอยู่ความซื่อสัตย์จริงใจ เป็นคุณค่าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของคนในอดีต คนซื่อสัตย์จริงใจจะได้รับการนับถืออย่างมาก คนคดโกงจะได้รับการประณามความผสมผสานกลมกลืนระหว่าง คน สัตว์ สิ่งแวดล้อม คนไทยจะเหมือนคนเอเชียโดยทั่วไปที่เล็งเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทั้งทางชีวภาพและทางกายภาพ ศาสนาเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คนคิดแบบนี้ตามความเชื่อของคนตะวันออกแล้วถือว่าคนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ และคนควรศึกษาธรรมชาติเพื่อความเข้าใจ ชาบซึ่งความสมดุลของธรรมชาติ ไม่ใช่บังคับบัญชาเอาชนะธรรมชาติ

**2. สภาพการดำเนินชีวิตของคนไทยในอดีต** (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์, 2534, 34: 48) ได้กล่าวถึงสังคมไทยในอดีต ว่ามีลักษณะเด่นในด้านสังคมเกษตรกรรม สังคมหมู่บ้าน สังคมครอบครัว และสังคมศาสน สังคมเกษตรกรรม อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของคนส่วนใหญ่ในสังคมไทยซึ่งส่วนใหญ่พึ่งธรรมชาติ ไม่มีการแข่งขันกับใคร ช่วยกันบ้างตามสมควรลักษณะเช่นนี้ ทำให้เกิดค่านิยมหรือลักษณะนิสัยประจำชาติบางประการ คือ

- การไม่เคร่งครัดเรื่องเวลา
- ความรู้สึกเพียงพอไม่มักได้ สันโดษ พอใจสิ่งที่ได้และมีอยู่
- มุ่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ไม่ค่อยจำเป็นต้องวางแผนเพื่ออนาคต

**สังคมหมู่บ้าน** สังคมไทยเป็นสังคมที่รวมกันอยู่เป็นหมู่บ้าน หลายหมู่บ้านรวมกันเป็นเมือง สังคมหมู่บ้านส่วนใหญ่ จะมีลักษณะสังคมเบ็ดเสร็จ ( Self – Contained unit) ซึ่งมีลักษณะดังนี้

- มีการร่วมมือกัน เพื่อการพึ่งตนเองและช่วยเหลือกันเอง เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว
- การประนีประนอม เนื่องจากคนในหมู่บ้านรู้จักกันดี จึงอยู่กันอย่างยอมรับการประนีประนอม

ไม่นิยมการเผชิญหน้ากันอย่างรุนแรง ถ้ามีปัญหาขัดแย้งก็จะหาหนทางแก้ไขกันเอง หรือมีคนกลางไกล่เกลี่ย ถ้าขัดแย้งกันจริงๆก็จะเฉยเมยไม่ร่วมมือ ตีตนออกห่างจากกัน - การรักษา นิยมความสงบ ซึ่งควบคู่มากับการประนีประนอม เมื่อมีปัญหาใดเกิดขึ้น จะต้องมีการจัดการกันเองภายใน ทำให้เกิดความสงบขึ้นในหมู่บ้านคนไทยส่วนใหญ่มักมีความเกรงใจ มีความสุภาพ ไม่ต้องการรบกวนคนอื่น และไม่ยากให้คนอื่นเดือดร้อน

**สังคมครอบครัว** สังคมไทยมีการผูกพันกันในครอบครัว เป็นครอบครัวใหญ่ สมาชิกนับถือกันตามฐานะของแต่ละบุคคล ลักษณะของระบบครอบครัวนำไปสู่ค่านิยม 3 ประการ คือ

- เคารพอาวุโส ซึ่งรวมไปถึงการเคารพเชื่อฟังผู้มีอำนาจหน้าที่
- ยึดความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ทำให้เกิดระบบพรรคพวก



- ความกตัญญูรู้คุณ ระบบครอบครัวร่วมกับระบบศาสนา ทำให้เกิดการกตัญญูรู้คุณผู้ที่ให้อุปการคุณแก่ตน ใครไม่เลี้ยงดูพ่อแม่ ไม่เคารพครูอาจารย์ ไม่รู้คุณคน จะถูกประณามและดูถูกจากสังคมอย่างมาก

**3. สภาพการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน** จากสภาพของสังคมไทยในอดีตมาจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยอย่างมาก ซึ่งอาจเปรียบเทียบได้จากตารางต่อไปนี้ (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์, 2534: 43)

**สภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน ดังนี้**

ก. สังคมอุตสาหกรรม

- เครื่องคิดเวลา
- มุ่งปริมาณ กำไรมาก
- วางแผนกำไรระยะยาว

ข. สังคมเมือง

- ตัวใครตัวมัน เห็นแก่ตัว
- แดกหักรุนแรง
- อึกทึกคึกโครม

ค. สังคมหย่อนศาสนา

- รุนแรง
- หลอกหลวง เอาเปรียบ
- ทำลายสิ่งแวดล้อม

ง. สังคมครอบครัว

- เคารพอาวุโส ผู้มีอำนาจน้อยลง
- สมัยพรรคพวกเพื่อผลประโยชน์
- กตัญญูรู้คุณคนน้อยลง

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม นับว่าเป็นผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์อย่างมากสภาพความเครียดและความเบี่ยงเบนทางสังคมไทยในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นจากพฤติกรรมที่เป็นปัญหา เช่น อาชญากรรม ยาเสพติด โสเภณี ฯลฯ จะมีคำกล่าวอยู่ว่าสังคมยิ่งเจริญทางวัตถุมากขึ้นเท่าใด ความเสื่อมทางจิตใจของคนยิ่งต่ำลงมากเพียงนั้น มีผู้วิเคราะห์ปัญหาสังคมไทยหลายท่าน ขอยกนามากล่าวพอเป็นตัวอย่างแต่พอเป็นสังเขป ดังนี้

**กรมศาสนา (2539 : 3 – 5 )** กล่าวถึงสถานการณ์ปัจจุบันว่า

- สังคมไทยปัจจุบันหลอกลวงกันมาก คนรู้ไม่เท่าทันสังคมจะเป็นเหยื่อของคนฉลาด
- คนหลายคนทำงานเพื่อประโยชน์ของตนเองทุกเรื่อง แม้กระทั่งเรื่องศาสนา
- สังคมยังเชื่อถือฝากความหวังไว้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ไม่ฝึกฝนพัฒนาตน
- สังคมมีการแข่งขัน ทำให้เห็นแก่ตัว แดกสามัคคี
- เมืองไทยเจริญทางเศรษฐกิจเฉพาะกลุ่ม ช่องว่างระหว่างคนจนคนรวยมากขึ้น
- คนไทยชอบความสะดวกสบาย เพราะธรรมชาติเคยอุดมสมบูรณ์ จึงขาดการคิดค้น

พัฒนาเทคโนโลยีที่จะก่อให้เกิดความเจริญแก่ตนเอง ครอบครัวและสังคมอย่างจริงจังขาดระบบการแก้ปัญหาและช่วยตนเอง ทำให้สังคมอ่อนแอ



- คนไทยไม่ชอบคิดค้นเทคโนโลยีที่เหมาะสมขึ้นเอง จึงยอมรับเทคโนโลยีของชาติอื่นมาใช้เพื่อความสะดวกสบายของตนเอง ซึ่งอาจตรงกับความต้องการ แต่ก็ไม่เหมาะสมกับสังคม ดังนั้น คนไทยจึงคอยแต่เฝ้ารอ ไม่รู้จักคิดแก้ปัญหา ไม่ศึกษาไม่ช่วยตัวเอง เป็นผลให้คนไทยมีคุณภาพลดลงอ่อนแอ สังคมอ่อนแอ

- คนไทยมีวัฒนธรรมน้ำใจ ซึ่งเป็นเรื่องดี หากใช้ไม่เป็นอาจเสียหายได้ เช่น น้ำใจรักพวกพ้อง ญาติพี่น้อง จึงช่วยเหลือในการคัดเลือกต่างๆ ทำให้เกิดผลเสียต่อหน่วยงาน และคอยช่วยเหลือญาติลูกหลานมากเกินไป คนไทยจึงไม่เข้มแข็ง

ปัจจุบันประชาชนมีจิตใจไม่เข้มแข็งอดทน มีความสุขยาก มีความทุกข์ยาก ทำให้เกิดปัญหาอื่นมาก เพราะต้องการหาหนทางสร้างสุข แก่ทุกข้ออยู่ตลอดเวลา ไม่มีความพอดีไม่อดทน เกิดการเบียดเบียนเอาเปรียบแข่งขันเพื่อจะดึงเอาความสะดวกสบายมาเป็นตนและพวกพ้องให้มากที่สุด ประชากรที่มีปัญหามักมีลักษณะขี้เกียจ ส่ำรวย อ่อนแอ ใจเสาะ เปราะบาง ทำให้ช่วยตัวเองไม่ได้ ไม่พัฒนา ซ้ำยังต้องมุ่งหาหนทางสร้างความสบายให้ตัวเองโดยอาศัยบุคคลและวัตถุเป็นที่ยึดถือ ทำให้ปัญหาสังคมเพิ่มขึ้น

- ประชากรในโลกทั้งประเทศมหาอำนาจ หรือคนที่มีอำนาจในประเทศมุ่งรักษาอำนาจของตน จึงต้องหาผลประโยชน์จากผู้อื่นทางด้านวัตถุทั้งทางตรงและทางอ้อม เอาเปรียบขึ้นในสังคม สังคมเต็มไปด้วยการแข่งขันและการร่วมมือ ทั้งระดับระหว่างประเทศ และในประเทศ ทำให้การดำเนินงานร่วมกันไม่ราบรื่น ขาดความสามัคคี เพราะผู้ร่วมงานจะมองผู้อื่นที่มาร่วมงานด้วยความหวาดระแวง

ปัจจุบันองค์ประกอบของสังคมขาดความสัมพันธ์กันอย่างสมดุล องค์ประกอบเหล่านี้คือ มนุษย์ สังคม และธรรมชาติ องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน อยู่อย่างไม่เกื้อกูลกัน ไม่ช่วยเหลือกัน แต่กลับทำลายกันและกัน ทำให้สังคมอ่อนแอล่มสลาย

**เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์** ( 2539 : 20-24) กล่าว เป็นปัญหาอันเนื่องมาจากการศึกษา ซึ่งจะขอนำมากล่าวโดยสรุป ดังนี้

1. สังคมไทยไม่เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ อันเนื่องมาจากระบบการสอนเน้นการท่องจำ และทำให้เกิดลักษณะนิสัย ดังนี้

- ขาดโอกาสในการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์
- ไร้ความคิดอ่าน
- ชอบใช้ชีวิตอย่างสบาย
- ชอบอะไรที่ได้มาง่ายๆ
- ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า
- ไม่เห็นคุณค่าแห่งการเรียนรู้
- ขาดวินัยในการดำเนินชีวิต
- ใช้ชีวิตตามอารมณ์ ความรู้สึก
- ชอบละเมียดกฎระเบียบ
- ขาดความซื่อสัตย์ในการเรียนและการทำงาน

2. สังคมไทยพลาดจากอุดมคติเพราะขาดศักยภาพทางการศึกษามีผลทำให้คนไทยด้อยทางด้านความเจริญทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การประดิษฐ์คิดค้นต่าง ๆ



3. สังคมไทยพลาดจากอุดมคติ เพราะความเสื่อมของคุณธรรม อันเนื่องมาจาก
- การรับอิทธิพลและค่านิยมจากต่างประเทศ โดยผ่านจากสื่อต่างๆอย่างขาดการกลั่นกรองให้รอบคอบ
  - มุ่งอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีมากกว่าการสอนให้รู้จักการประเมินคุณค่า การประยุกต์คุณธรรมและค่านิยมที่รับมา
  - การศึกษาในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่ปรับตัวแนวกระแสสังคมที่เน้นวัตถุ เปิดสอนสาขาที่จบแล้วที่รายได้ดีมากกว่าเน้นที่ปรัชญาและการสะสมความรู้
  - ระบบการสอบคัดเลือกเน้นการแข่งขัน ทำให้เกิดการแกว่งแย่งกลายเป็นเรียนเพื่อแสวงหาทรัพย์สินเงินทอง ไม่เน้นคุณธรรมและจริยธรรม
  - ขาดการช่วยเหลือคนที่ด้อยโอกาสกว่าในสังคม กลายเป็นการศึกษาทำให้คนเห็นแก่ตัว ขาดความเมตตากรุณา ขาดความยุติธรรมมากยิ่งขึ้น
  - การดำเนินชีวิตตามกระแสสังคมอุตสาหกรรม ทำให้คนอยู่ในลักษณะวัตถุนิยม ประเมินความสุขสบายของชีวิตบนพื้นฐานความมั่งคั่งในทรัพย์สิน
  - สังคมไม่ยกย่องคนดีเท่ากับคนมีชื่อเสียง ทำให้วัดคุณค่ากันและกันบนมาตรฐานที่ผิด แม้ชื่อเสียงทรัพย์สินจะได้มาด้วยความไม่ซื่อสัตย์ก็ตาม
- สืบเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่บีบคั้น เกิดภาวะครอบครัวขาดความอบอุ่น มีการหย่าร้าง เด็กถูกทอดทิ้ง

**4. สาเหตุแห่งปัญหาสังคมไทย พระธรรมปิฎก (2535 : 17-27) ได้วิเคราะห์เหตุแห่งสังคมไทย กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้**

1. เนื่องจากสังคมไทยกำลังพัฒนา เพื่อเจริญตามแบบอย่างประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยพุ่งเป้าไปทางพัฒนาอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ทั้งนี้เพราะเรามองเห็นแต่ผลของการพัฒนาของประเทศที่เจริญแล้ว แต่ไม่ใส่ใจกับกระบวนการพัฒนาของประเทศเหล่านั้น มุ่งแต่จะเสพผลของความเจริญ คือ ความสะดวกสบาย ความมั่งคั่งรุ่งเรืองทางวัตถุ ทำให้เรากลายเป็นสังคม “ผู้บริโภคร”

2. สังคมไทยมีความต้องการ 2 ด้าน พร้อมกัน คือ การพัฒนาเพื่อให้พ้นจากสภาพด้อยพัฒนา และอีกด้านหนึ่ง คือต้องการพัฒนาด้านจิตใจ ให้มีความอบอุ่นเกื้อกูลกัน แต่การทำตามประเทศที่พัฒนาอย่างไม่สมดุล การพัฒนาไม่ถูกต้องปฏิบัติผิดพลาด จนเกิดปัญหานานัปการ ดังกล่าวข้างต้น และแสดงออกมาในอาการรุนแรง คือ การฆ่าตัวตาย ซึ่งปัญหานี้ อเมริกาและญี่ปุ่นก็เคยประสบมาแล้ว

**กรมวิชาการ (2538 : 5-22) ได้สังเคราะห์ว่า** เทคโนโลยีสารสนเทศ ก่อให้เกิดการก้าวกระโดดสื่อสาร ทำให้โลก “ไร้พรมแดน” พลโลกติดต่อสัมพันธ์กันได้รวดเร็ว นำไปสู่การผสมผสานความคิด ค่านิยมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียกว่า “กระแสโลกาภิวัตน์” ส่งผลต่อธุรกิจ สังคมและวัฒนธรรม คนมีเสรีภาพในการเลือกรับสื่อจากแหล่งต่างๆ หลากหลายรูปแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและรสนิยมของตน การเรียนรู้จะเกิดจากภายนอกโรงเรียนมากยิ่งขึ้น โครงสร้างสังคมแบบกระจายอำนาจสู่ภูมิภาค และท้องถิ่นมากขึ้น ท้องถิ่นจะพัฒนาเอกลักษณ์โดยเฉพาะทางวัฒนธรรม พลโลกเกิดค่านิยมที่เป็นความตระหนักและสำนึกต่อการแก้ปัญหาหลักบางเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อนานาชาติประเทศในโลก เช่น ภาวะแวดล้อม สิทธิมนุษยชน ประชาธิปไตยการขัดแย้งกับทางศาสนา ฯลฯ อย่างไรก็ตามกระแสโลกาภิวัตน์ดังกล่าวมีผลทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศต่างๆ เสื่อมลง กระตุ้นกระแสบริโภคนิยม พร้อมทั้งทำลายสามัญสำนึก และวิจรรณญาณของคนเกี่ยวกับแก่นสาระสำคัญของชีวิต



ดังนั้น การพัฒนาประเทศในอนาคตให้เป็นสังคมที่พึงปรารถนาควรมีลักษณะ คือ สังคมที่มีสมรรถภาพ มีเสรีภาพ ความยุติธรรม ความเมตตากรุณา คนมีความสุข ครอบครัวยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติ เศรษฐกิจสมดุล สิ่งแวดล้อมยั่งยืน ประเทศมีความมั่นคง ปรัชญาในการพัฒนาประเทศควรเป็นการพัฒนา “คน” เพื่อให้คนเป็นองค์รวมมีช่วยและมีบทบาทในการพัฒนาตนเอง ครอบครัวยั่งยืน ชุมชน และสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

สรุป ก็คือ เป้าหมายการศึกษา จะต้องมุ่งสร้างคนที่มีความมั่นใจ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระ ใฝ่การศึกษาที่สนองปัญหา และพัฒนาความเป็นมนุษย์ เพื่อส่งเสริมอิสรภาพปัจเจกบุคคล ส่งเสริมให้คนมีคุณธรรมต่อกัน มีค่านิยมและจริยธรรมตามศาสนาของตน มีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีขันติธรรม

### การขัดเกลาทางสังคม (Socialization)

การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่สำคัญตลอดช่วงชีวิตของมนุษย์ที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยชรา (Bloom & Selznick, 1968) บุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการขัดเกลาทางสังคมให้กับบุคคล ได้แก่ พ่อแม่ ครู เพื่อน พระ และสื่อมวลชน สำหรับการพัฒนาคูณธรรมจริยธรรมตามแนวคิดสังคมวิทยาสามารถทำได้หลายวิธี ดังสรุปได้ต่อไปนี้ (งามตา วณิชทานนท์, 2534 : 122)

1. การอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ถือเป็นการบอกกล่าวอย่างชัดเจนถึงสิ่งที่ควรและไม่ควรกระทำซึ่งวิธีการนี้ถือว่าเป็นวิธีที่สำคัญที่จะช่วยพัฒนาโครงสร้างทางบุคลิกภาพและการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ของบุคคล
2. การเป็นแบบอย่างที่ดีของพ่อแม่ถือเป็นการอบรมเลี้ยงดูแบบไม่รู้ตัว กล่าวคือ บุคคลจะเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของพ่อแม่และซึมซับเข้าไปในจิตใจจนหล่อหลอมมาเป็นบุคลิกภาพของบุคคล
3. การอบรมสั่งสอนจากครู ถือเป็นการชี้แนะแนวทางหรืออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนดำเนินเข้าสู่ปัญญา ครูถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่รับช่วงต่อจากพ่อแม่ เป็นผู้มีอิทธิพลในการหล่อหลอมขัดเกลาลักษณะนิสัยของนักเรียนและมีบทบาทในการเป็นตัวแบบให้แก่ นักเรียนในการแสดงพฤติกรรมต่างๆ
4. การอบรมสั่งสอนจากพระ ถือเป็นการช่วยส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม โดยอาศัยหลักคำสอนและการจัดกิจกรรมทางศาสนา
5. การเรียนรู้จากกลุ่มเพื่อนถือเป็นการพัฒนาและสร้างอัตมโนภาพแห่งตนที่แตกต่างจากพ่อแม่ และครู เป็นการเปิดโอกาสที่สำคัญในการฝึกหัดทักษะในการสวมบทบาทของบุคคล และให้บุคคลได้เรียนรู้บทบาท และค่านิยมทางสังคมที่ผู้ใหญ่ไม่ต้องการสอน
6. การเรียนรู้จากสื่อมวลชน ถือเป็นการให้แบบอย่างที่สำคัญที่จะช่วยให้บุคคลสามารถรับรู้ในสิ่งที่ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตและสิ่งที่จะต้องพัฒนาเพื่อให้เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม



### การให้เหตุผลเชิงจริยธรรม Moral Reasoning

หมายถึง การที่บุคคลสามารถให้เหตุ ผลได้ว่าการที่เลือกกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด หรือตัดสินใจในประเด็นใด ๆ มีเหตุผลมาจากอะไร โดยอาศัยการอธิบาย และแลกเปลี่ยนความคิดของ แต่ละตัวบุคคล (Kohlberg, 1976)

การให้เหตุผลเชิงจริยธรรม หมายถึง การที่บุคคลให้เหตุผลประกอบข้อกล่าวอ้างใด ข้อกล่าวอ้างหนึ่ง เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือลงข้อสรุป รวมไปถึงการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่อง หนึ่ง เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง ส่วนรวมและสังคม ซึ่งการให้เหตุผลนั้นจะผ่านกระบวนการคิด ไตร่ตรองโดยคำนึงถึงหลักของจริยธรรม แนวคิดสังคมวิทยา (<https://sites.google.com>) เชื่อว่า กระบวนการทางสังคมเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้บุคคลได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่น โดยบุคคลที่มี บทบาทสำคัญในการขัดเกลาทางสังคมได้แก่ พ่อแม่ ครู เพื่อน พระ และสื่อมวลชน ซึ่งในการพัฒนา คุณธรรมจริยธรรมของบุคคลตามแนวคิดนี้จึงเชื่อว่าเกิดมาจากการที่บุคคลได้รับการขัดเกลาทางสังคม ผ่านตัวแทนทางสังคมที่สำคัญด้วยเช่นกัน

### ความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรม

คุณธรรมจริยธรรมนับว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญของคนทุกคนและทุกวิชาชีพ หากบุคคลใดหรือ วิชาชีพใดไม่มีคุณธรรมจริยธรรมเป็นหลักยึดเบื้องต้นแล้วก็จะก้าวไปสู่ความสำเร็จแห่งตนและแห่ง วิชาชีพนั้นๆ ที่ยิ่งกว่านั้นก็คือการขาดคุณธรรมจริยธรรมทั้งในส่วนบุคคลและในวิชาชีพ อาจมีผลร้ายต่อ ตนเอง สังคมและวงการวิชาชีพในอนาคตได้อีกด้วย ดังจะพบเห็นได้จากการเกิดวิกฤติศรัทธาในวิชาชีพ หลายแขนงในปัจจุบัน ทั้งวงการวิชาชีพครู แพทย์ ตำรวจ ทหาร นักการเมืองการปกครอง ฯลฯ จึงมีคำ กล่าวที่เราไม่สามารถสร้างครุฑบนพื้นฐานของคนไม่ดี และไม่สามารถสร้างแพทย์ ตำรวจ ทหารและ นักการเมืองที่ดี ถ้าบุคคลเหล่านั้นมีพื้นฐานทางนิสัยและความประพฤติที่ไม่ดี ดังพระบรมราโชวาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ในพระราชพิธีบวงสรวงสมเด็จพระมหากษัตริย์-ยาธิราช ณ ท้องสนามหลวง เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ. ศ.2525 ไว้ ดังนี้

“การจะทำงานให้สัมฤทธิ์ผลที่พึงปรารถนา คือให้เป็นประโยชน์และเป็นธรรมด้วยนั้น จะ อาศัยความรู้แต่เพียงอย่างเดียวมิได้ จำเป็นต้องอาศัยความสุจริต ความบริสุทธิ์ใจ และความถูกต้องเป็น ธรรม ประกอบด้วย เพราะเหตุว่าความรู้นั้น เสมือนเครื่องยนต์ที่ทำให้รถยนต์เคลื่อนที่ไปได้ประการ เดียว ส่วนคุณธรรมดังกล่าวแล้ว เป็นเสมือนหนึ่งพวงมาลัยหรือหางเสือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำทางให้ ยรถยนต์ดำเนินไปถูกทางด้วยความสวัสดิ คือ ปลอดภัย บรรลุจุดประสงค์”

จริยธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญในสังคม ที่จะนำความสุขสงบและความและความเจริญก้าวหน้า มาสู่สังคมนั้นๆ เพราะเมื่อคนในสังคมมีจริยธรรม จิตใจก็ยอมสูงส่ง มีความสะอาด และสว่างในจิตใจ จะทำการงานใดก็ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน ไม่ก่อให้เกิดทุกข์แก่ตนเองและผู้อื่น เป็นบุคคลมีคุณค่ามี ประโยชน์ และสร้างสรรค์คุณงามความดี อันเป็นประโยชน์ต่อบ้านเมืองต่อไป

วคิน อินทสระ (2541 : 6-9) ได้กล่าวถึงความสำคัญ และประโยชน์ของจริยธรรมดังจะ กล่าวโดยย่อดังนี้

1. จริยธรรมเป็นรากฐานอันสำคัญแห่งความเจริญรุ่งเรือง ความมั่นคงและความสงบสุขของ ปัจเจกชน สังคมและประเทศชาติอย่างยิ่ง รัฐควรส่งเสริมประชาชนให้มีจริยธรรมเป็นอันดับแรก เพื่อให้



เป็นแกนกลางของการพัฒนาด้านอื่นๆ ทั้งเศรษฐกิจ การศึกษา การเมืองการปกครอง ฯลฯ การพัฒนาที่ขาดจริยธรรมเป็นหลักยิ่งย่อมเกิดผลร้ายมากกว่าดี เพราะผู้มีความรู้แต่ขาดคุณธรรม ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายได้มากกว่าผู้ด้อยความรู้ โดยท่านกล่าวว่า “ผู้มีความรู้แต่ไม่รู้วิธีที่จะประพฤติตน ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายได้มากกว่าผู้มีความรู้น้อย ถ้าเปรียบเทียบเหมือนดิน จริยธรรมย่อมเป็นเหมือนน้ำ ดินที่ไม่มีน้ำยึดเหนี่ยวเกาะกุมย่อมเป็นฝุ่นละอองให้ความรำคาญมากกว่าให้ประโยชน์ คนที่มีความรู้แต่ไม่มีจริยธรรมจึงมักเป็นคนที่ก่อความรำคาญหรือเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่นอยู่เนื่อง ๆ”

2. การพัฒนาบ้านเมือง ต้องพัฒนาจิตใจคนก่อน หรืออย่างน้อยก็ให้พร้อมๆ กับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาวิชาการอื่นๆ เพราะการพัฒนาที่ไม่มีจริยธรรมเป็นแกนนำนั้นจะสูญเปล่าและเกิดผลเสียเป็นอันมากทำให้บุคคลลุ่มหลงในวัตถุและอบายมุข การที่เศรษฐกิจต้องเสื่อมโทรมประชาชนทุกข์ยาก เพราะคนในสังคมละเลยจริยธรรม กอบโกยทรัพย์สินเป็นประโยชน์ส่วนตัวมากเกินไปขาดความเมตตาปราณี แล้งน้ำใจในการดำเนินชีวิตซึ่งกันและกัน

3. จริยธรรม มิได้หมายถึง การถือศีล กินเพล เข้าวัดฟังธรรม จำศีลภาวนา โดยไม่ช่วยเหลือทำประโยชน์ให้แก่สังคม แต่จริยธรรมหมายถึงความประพฤติ การกระทำและความคิดที่ถูกต้องเหมาะสมการทำหน้าที่ของตนอย่างถูกต้องสมบูรณ์ เว้นสิ่งควรเว้น ทำสิ่งควรทำ ด้วยความฉลาดรอบคอบ รู้เหตุรู้ผลถูกต้องตามกาลเทศะและบุคคล ดังนั้นจะเห็นว่าจริยธรรมจึงจำเป็นและมีคุณค่าสำหรับทุกคนในทุกวิชาชีพทุกสังคม สังคมจะอยู่รอดด้วยจริยธรรม

4. การทุจริต คดโกง การเบียดเบียนกันในรูปแบบต่าง ๆ อันเป็นเหตุให้สังคมเสื่อมโทรม มีสาเหตุมาจากการขาดจริยธรรมของคนในสังคม ทรัพยากรธรรมชาติในโลกนี้น่าจะพอเลี้ยงชาวโลกไปได้อีกนาน ถ้าชาวโลกช่วยกันละทิ้งความละโมภโลภมาก แล้วมาใช้ชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย ช่วยกันสร้างสรรค์สังคม ยึดเอาจริยธรรมเป็นทางดำเนินชีวิต ไม่ใช่ยึดเอาลาภยศความมีหน้ามีตาในสังคมเป็นจุดหมาย ถ้าสิ่งนั้นจะเกิดขึ้นก็ถือเป็นเพียงผลพลอยได้และนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประพฤติธรรม เช่น อาศัยลาภผลเป็นเครื่องมือในการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์อาศัยยศและความมีหน้ามีเกียรติในสังคมเป็นเครื่องมือในการจูงใจคนผู้เคารพนับถือเข้าหาธรรม

5. จริยธรรมสอนให้เราเลิกดูหมิ่นกดขี่คนจน ให้เอาใจใส่ดูแลเอื้ออาทรต่อผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นบุพการีของชาติ สอนให้เราถ่อมตัวเพื่อเข้าหากันได้ดีกับคนทั้งหลาย และไม่วางโตโอหังอวดดีหรือก้าวร้าวผู้อื่น สอนให้เราลดทิฐิมานะลงให้มากๆ เพื่อจะได้มองเห็นสิ่งต่างๆ ตามความจริง ไม่หลงสำคัญตัวว่ารู้ดีกว่า มีความสามารถกว่าใคร ผู้นำที่มีจริยธรรมสูงย่อมเป็นที่เคารพกราบไหว้ของทั้งหลายได้อย่างสนิทใจ เราควรเลือกผู้นำที่สามารถนำความสุขทางใจมาสู่มวลชนได้ด้วย เพื่อสันติสุขจะเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก ความแข็งแกร่งทางกำลังกายกำลังทรัพย์และอาวุธนั้น ถ้าปราศจากความแข็งแกร่งทางจริยธรรมเสียแล้ว บุคคลหรือประเทศชาติจะมั่นคงอยู่ได้ไม่นาน สังคมที่เจริญมั่นคงต้องมีจริยธรรมเป็นเครื่องรับรอบหรือเป็นแกนกลาง เหมือนถนนที่มั่นคงหรือตึกที่แข็งแรง เขาใช้คอนกรีตเสริมเหล็กแม้เหล็กจะไม่ปรากฏออกมาให้เห็นภายนอก แต่มีความสำคัญอยู่ในนายช่างย่อมรู้ดี ทำนองเดียวกันกับบัณฑิตย่อมมองเห็นอย่างแจ่มแจ้งว่าจริยธรรมมีความสำคัญในสังคมเพียงใด

พอสรุปได้ว่าคุณธรรมจริยธรรมเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาคน ปัญหาของสังคมไทยที่ประสบพบเห็นอยู่ทุกวันนี้เกิดจาก “คน” ปัญหาเริ่มต้นที่ “คน” และมีผลกระทบต่อ “คน” การแก้ปัญหาสังคมไทยจึงต้องแก้ด้วย “การพัฒนาคน” เพื่อให้คนมีปัญญา มีความรู้มีคุณธรรมและมีทักษะในการแก้ปัญหาชีวิต ปัญหาจึงอยู่ที่ว่าเราจะพัฒนาคนอย่างไรเพื่อให้คนมีชีวิตที่ดีงามสามารถใช้ความรู้



และแก้ปัญหาได้ สร้างสรรค์ได้ ปฏิบัติต่อเทคโนโลยีอย่างถูกต้อง อยู่ในระบบการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ได้ บริโภคผลผลิตด้วยปัญญา รื้ออะไรดี อะไรชั่ว มีทัศนคติทางจริยธรรมที่เหมาะสม ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นคุณสมบัติของคนที่มีคุณธรรม การจัดการศึกษาต้องยึดหลักสำคัญคือ “ให้ความรู้คู่คุณธรรม” สังคมไทยจึงจะมีสมาชิกของสังคมที่เป็นทั้งคนเก่งและคนดี ดังคำกลอนของอำไพ สุจริตกุล (2534 : 186) กล่าวไว้ดังนี้

|  |                              |
|--|------------------------------|
| เมื่อความรู้ยอดเยี่ยมสูงเทียมเมฆ                   | แต่คุณธรรมต่ำเฉกยอดหญ้า      |
| อาจเสกสร้างมิจฉาสารพัน                             | ด้วยจิตอันไร้อายในโลกา       |
| แม้คุณธรรมเยี่ยมถึงเทียมเมฆ                        | แต่ความรู้ต่ำเฉกเพียงยอดหญ้า |
| ย่อมเป็นเหยื่อทรชนจนระอา                           | ด้วยปัญญาอ่อนด้อยน่าน้อยใจ   |
| หากความรู้สูงล้ำคุณธรรมเลิศ                        | แสนประเสริฐกอปรกิจวิจิตร     |
| จะพัฒนาประชากรราษฎร์ทั้งชาติไทย                    | ต้องฝึกให้ความรู้คู่คุณธรรม  |
| คุณธรรม จริยธรรม ที่ควรปลูกฝังแก่นักเรียน นักศึกษา |                              |

คุณธรรมอันดับแรกที่ควรปลูกฝัง คือ ความกตัญญู ซึ่งควรจะได้แสดงออกทั้ง ทางกาย ทางวาจา และ ทางใจ เป็นวัฒนธรรมทางจิตใจ ที่แสดงออกมาด้วยความดีงาม แต่สิ่งเหล่านี้ กำลังถูกทำลาย ด้วย ความ รีบเร่ง จากกระแสวัตถุนิยม และบริโภคนิยม ที่ไม่ได้คำนึงถึงวัฒนธรรมทางจิตใจ หากคุณธรรมที่มีอยู่ในจิตใจไม่มั่นคง สิ่ง que แสดงออกมาจากพฤติกรรมของคน ก็ล้วนเป็นสิ่งจอมปลอมทั้งสิ้น การแสดงออกทางกาย วาจา ใจ ที่มีคุณธรรมเป็นที่ตั้งจึงมีส่วนสำคัญในการกลมเกลียว จิตใจ ให้มีความอ่อนโยน สุภาพ นอบน้อม สุขุม รอบคอบ เช่น การกราบไหว้พระแบบเบญจางค์ประดิษฐ์ ซึ่งเป็นการกราบที่แสดงความเคารพอย่างสูงสุดต่อบุคคลที่ควรเคารพนับถือสูง สุด เป็นคนดี มีวินัย คือ การปลูกฝังให้นักเรียน ได้มีความคิดเห็นที่ถูกต้อง และ รู้จักคุณค่าของตัวเอง ไม่มีชนชาติใดในโลกที่มีความเจริญงอกงาม มั่นคงอยู่ได้ เพราะการรอรับการช่วยเหลือ ของผู้อื่น โดยไม่พึ่งตนเอง

## สรุป

การพัฒนาประเทศในอนาคตให้เป็นสังคมที่พึงปรารถนาควรมี การพัฒนาจริยธรรมนักเรียน โดยอาศัยกระบวนการตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา ให้เกิดแรงกระแสนิยมที่มีสมรรถภาพ มีเสรีภาพ ความยุติธรรม ความเมตตากรุณา คนมีความสุข ครอบครัวยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติ เศรษฐกิจสมดุล สิ่งแวดล้อมยั่งยืน ประเทศมีความมั่นคง ปรัชญาในการพัฒนาประเทศควรเป็นการพัฒนาจริยธรรม “คน” เพื่อให้คนเป็นองค์รวมในสังคม และมีบทบาทในการพัฒนาตนเอง ครอบครัวยั่งยืน และสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เป้าหมายการศึกษา จะต้องมุ่งสร้างคนที่มีคุณธรรม มีความมั่นใจ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระ ใฝ่การศึกษาที่สนองปัญหา และพัฒนาความเป็นมนุษย์ เพื่อส่งเสริมอิสรภาพปัจเจกบุคคล ส่งเสริมให้คนมีคุณธรรมต่อกัน มีค่านิยม และจริยธรรมตามหลักคำสอนพระพุทธศาสนา มีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีขันติธรรม คุณธรรมอันดับแรกที่ควรปลูกฝัง คือ ความกตัญญู ซึ่งควรจะได้แสดงออกทั้ง ทางกาย ทางวาจา และ ทางใจ เป็นวัฒนธรรมทางจิตใจ ที่แสดงออกมาด้วยความดีงาม แต่สิ่งเหล่านี้ กำลังถูกทำลาย ด้วย ความ รีบเร่ง จากกระแสวัตถุนิยม และบริโภคนิยม ที่ไม่ได้คำนึงถึงวัฒนธรรมทางจิตใจ หากคุณธรรมที่มีอยู่ในจิตใจไม่มั่นคง สิ่ง que แสดงออกมาจากพฤติกรรมของคน ก็ล้วนเป็นสิ่งจอมปลอมทั้งสิ้น การแสดงออกทางกาย วาจา ใจ ที่มีคุณธรรมเป็นที่ตั้งจึงมีส่วนสำคัญในการกลมเกลียว จิตใจ ให้มีความอ่อนโยน สุภาพ นอบน้อม สุขุม รอบคอบ เพื่อ



การปลูกฝังให้นักเรียน ได้มีความคิดเห็นที่ถูกต้อง และ รู้จักคุณค่าของตัวเอง ไม่มีชนชาติใดในโลกที่มีความเจริญ งอกงาม มั่นคงอยู่ได้ เพราะการรอรับการช่วยเหลือ ของผู้อื่น โดยไม่พึ่งตนเอง

### เอกสารอ้างอิง

- คุณ โทชนธ์. พุทธศาสนากับสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์. 2545.
- บุญสืบ โพธิ์ศรี และอุทัยวรรณ ฉัตรสุวรรณ. จริยธรรมในอาชีพคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2547.
- พระธรรมโกศาจารย์ (พุทธทาสภิกขุ). ทาน ศีล ภavana. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ. 2540.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). พระพุทธศาสนาพัฒนาคนและสังคม. กรุงเทพมหานคร: กรมการปกครอง. 2540.
- วรรณมา พรหมบุรณีย์ . การพัฒนามนุษย์ที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมมิก. 2540.
- วศิน อินทสระ. แนวทางการพัฒนาจริยธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: ไทยพัฒนาพานิช. 2541
- Stoner, James, A. F. *Management*. New York: Prentice-Hall, 1978.
- Kohlberg, L. “Moral Stage and Moralization: The Cognitive Development Approach” *Moral Development and Behavior*. New York: Holt Rinehart and Winston. 1976.





## การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดจันทบุรี

ดร.วรัศชญาณ์ ศิระวิเชษฐ์กุล  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 25, 2021, Revised October 20, 2021, Accepted December 2, 2021

### บทคัดย่อ

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประโยชน์ของการส่งเสริมการขายเป็นสาระสำคัญ ในการจัดทำ การส่งเสริมการขายนั้นก็เพื่อ เป็นการ กระตุ้นยอดขายของกิจการ และ การแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับ ความพึงพอใจที่ดีของ ลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ ในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้า เพื่อการสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันทางการตลาด เหนือคู่แข่ง เป็นไปได้ต้องการหรือบริษัทผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ โดย ผู้บริโภคจะต้องมีการเลือกสินค้าหรือบริการเพื่อบริโภคหรืออุปโภคสินค้านั้นๆ การสื่อสาร IMC เป็นการ สื่อสารทางการตลาดไปยังช่องทางต่างๆ ที่ต้องมีความสอดคล้องกันของข้อมูลที่สื่อสารออกไป จน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือในประเด็นการสื่อสารเหล่านั้นกับลูกค้าได้ แทนที่จะใช้เพียงช่องทางเดียว ในการสื่อสารหรือในอีกความหมายหนึ่ง IMC ก็คือการสื่อสารทางการตลาดที่ใช้เครื่องมือทางการตลาด อย่าง Promotion ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในพื้นฐานการตลาด 7Ps ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประโยชน์ของการส่งเสริมการขายเป็นสาระสำคัญ ในการจัดทำ การส่งเสริมการขายนั้นก็เพื่อ เป็นการ กระตุ้นยอดขายของกิจการ และ การแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับ ความพึงพอใจที่ดีของ ลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ ในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้า เพื่อการสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันทางการตลาด เหนือคู่แข่ง โดยผู้บริโภคจะต้องมีการเลือกสินค้าหรือบริการเพื่อบริโภค หรืออุปโภคสินค้านั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการแนะนำสินค้าโดยอาศัย ช่องทางแบบปากต่อปาก หรือเพื่อนสู่เพื่อนต่อไป

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

มจร



## Influencer Integrated Marketing Communication (IMC) to the decision to buy real estate in Chanthaburi Province

Dr.Waratchaya Sirawichetkul  
Faculty of Business Administration  
Phitsanulok University

### Abstract

Integrated Marketing Communication (IMC) Influencing Real Estate Buying Decisions The benefits of promotion are substantial. in the preparation of sales promotions that It stimulates sales of the business and introduces products to customers. This also continues with good satisfaction of customers or consumers of goods or services in consumption or consumption of goods In order to create a competitive advantage in the market over competitors, it is possible for an organization or company to produce a product or service. The consumer must choose a product or service to consume or consume that product. IMC communication is a marketing communication to various channels. that must be consistent with the information communicated until able to build credibility in those communication issues with customers Instead of using just one channel of communication, in other words, IMC is marketing communication that uses marketing tools like Promotion, which is part of the fundamentals of marketing.

Integrated Marketing Communication (IMC) Influencing Real Estate Buying Decisions The benefits of promotion are substantial. in the preparation of sales promotions that It stimulates sales of the business and introduces products to customers. This also continues with good satisfaction of customers or consumers of goods or services in consumption or consumption of goods In order to create a competitive advantage in the market over competitors, consumers must choose a product or service to consume or consume that product. Continuously along with product introductions based on Word-of-mouth or friend-to-friend channels.

**Keywords:** Integrated Marketing Communications



## บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ในประเทศไทยยังไม่คลี่คลาย ทั้งนี้การแพร่ระบาดของโควิด - 19 มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสิ่งหาบริโภค ในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มระดับราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท และกลุ่มราคา 5-10 ล้านบาท ที่ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าต้องมีการปรับลดงบประมาณการซื้อบ้านลง รวมถึงมองหาโครงการจากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เชื่อถือได้ ที่มีการจัดโปรโมชั่นเยอะ ๆ บนทำเล นอกเมือง ส่วนกลุ่มราคามากกว่า 10 ล้านบาท ในช่วงนี้ส่วนใหญ่ต้องการบ้านพักตากอากาศต่างจังหวัด, เปลี่ยนจากคอนโดฯเป็นบ้านแนวราบ และต้องการชียทำเลเข้ามาใกล้เมืองมากขึ้น (กรุงเทพฯ) นางสาวสุมิตรา วงภักดี กรรมการผู้จัดการ บริษัท เทอร์รา มีเดีย แอนด์ คอนซัลติง จำกัด กล่าวว่า TerraBKK ได้สำรวจ “ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ช่วงโควิด-19” จากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 430 คน อายุ 20 ถึง มากกว่า 60 ปี ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงสิงหาคม 2564 พบว่า ในช่วงที่โควิด-19 มีการแพร่ระบาดหนัก ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลและขาดความเชื่อมั่น กระทบต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน

วันที่ 13 มีนาคม 2564 นายอลงกรณ์ แอคะระรัตน์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์: <https://thainews.prd.go.th>) ได้นำหัวหน้าส่วนราชการ นักธุรกิจภาคเอกชน เจ้าของบริษัท ห้างร้าน คหบดี ร่วมงานเปิดตัวโครงการ หมู่บ้านจัดสรรยลดาไพร์ม และชมบ้านตัวอย่างสไตล์ Nordic อย่างคึกคัก ถือเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการแรกในเขตอำเภอเมืองจันทบุรีที่เปิดตัวกระตุ้นเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์โควิด -19 คลี่คลาย อย่างไรก็ตามในจังหวัดจันทบุรี ภายหลังจากที่ สบค.ได้ประกาศลดระดับการเฝ้าระวังสถานการณ์โควิด-19 เป็นพื้นที่สีเขียว ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ เริ่มขยับตัวเดินหน้าโครงการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ ภายใต้มาตรการป้องกันโควิด-19 ทั้งการก่อสร้างขยายห้างสรรพสินค้า การเปิดร้านจำหน่ายสินค้าอาหาร ผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกเชื่อมโยงการท่องเที่ยว การขยายตัวบ้านจัดสรร รีสอร์ท ที่พัก โรงแรม เป็นต้น ทั้งนี้โครงการหมู่บ้านจัดสรรยลดาไพร์ม ถือเป็นโครงการที่บริษัท ดรีม แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด ได้ขยายตัวมาจากความสำเร็จของหมู่บ้าน ยลดา วิลล์ 1 มีจุดตั้งอยู่กลางเมือง สะดวกทั้งเรื่องสาธารณูปโภค และการเดินทางติดต่อสถานที่สำคัญในเขตเมืองมีการวางผังหมู่บ้านที่โล่งสะดวกสบายอย่างทันสมัย พร้อมโปรโมชั่นลดราคาสำหรับผู้สนใจล่วงหน้า

## การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC

จากแนวความคิดด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการนั้น องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคก็มีความสำคัญ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยคาดว่าจะตอบความสนองด้านความต้องการซื้อ หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจ และลักษณะของกิจกรรมแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับด้านสินค้าและบริการ (ซิฟแมน และ คานุก, 1994) การสร้างโลโก้ (Logo Design) ในการเริ่มต้นธุรกิจ การสร้างโลโก้ เปรียบเสมือนการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนสินค้า บริการ องค์กร รวมถึงความรู้สึกด้วย ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ที่เป็นโล



โก้ หรือแม้กระทั่งสีของแบรนด์สิ่งนี้จำเป็นที่จะต้องจดลิขสิทธิ์ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ เทคนิคในการสร้างโลโก้ คือ ควรกำหนดเป้าหมายไว้ว่าอยากให้ผู้บริโภคเห็นแล้วนึกถึงอะไร ส่วนสโลแกน หรือคำพูด คำบรรยายติดปากสั้น ๆ ของแบรนด์ มีไว้เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ของเราได้ง่ายขึ้น

**ฉัตยาพร เสมอใจ ( 2550: 53-55)** ให้คำจำกัดความของการตัดสินใจว่าการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคกระทำสิ่งใด ๆ พิจารณาจากทางเลือกที่มีอยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจที่หลายรูปแบบ และขั้นตอนของทางเลือกต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและบริการอยู่เสมอ ในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภค มักจะต้องตัดสินใจในทางเลือก โดยระยะเวลาการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการ แต่ละประเภท ย่อมใช้เวลาไม่น้อยในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ถึงแม้ผู้บริโภคจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลก็อาจมีกระบวนการ การตัดสินใจที่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอน คือ ขั้นที่1 การตระหนักถึงปัญหา ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และขั้นที่ 5 คือ ทศนคติหลังการซื้อ การใช้

**IMC หรือ Integrated Marketing Communication** คือ 5 ช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายที่รวมอยู่ใน IMC (Integrated Marketing Communication) โดยทั้ง 5 ช่องนี้จะต้องมีลักษณะการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน หรือมีช่องทางใดช่องทางหนึ่งสื่อสารแตกต่างออกไปก็อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกับลูกค้าได้ว่าควรเชื่อถือช่องทางไหนกันแน่ จนนำไปสู่ผลเสียกับการสื่อสารของแบรนด์ IMC เป็นการสื่อสารทางการตลาดไปยังช่องทางต่าง ๆ ที่ต้องมีความสอดคล้องกันของข้อมูลที่สื่อสารออกไป จนสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในประเด็นการสื่อสารเหล่านั้นกับลูกค้าได้ แทนที่จะใช้เพียงช่องทางเดียวในการสื่อสารหรือในอีกความหมายหนึ่ง IMC ก็คือการสื่อสารทางการตลาดที่ใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่าง Promotion ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในพื้นฐานการตลาด 7Ps ให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั่นเอง จะเรียกว่าเป็นทฤษฎีการตลาดที่แยกมาจาก Promotion ใน 7Ps ก็ไม่ผิดโดยเครื่องมือการสื่อสารอย่าง Promotion จะถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือของ IMC อีกทีโดยจะสามารถแบ่งช่องทางการสื่อสารได้ทั้งหมด 5 รูปแบบ (AD ADDICT: <https://adaddictth.com>) ได้แก่ Sales Promotion, Advertising, Personal Selling, Public Relation, Direct Marketing ดังนี้

**1) Sales Promotion** เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายทางการตลาดที่เราพบเห็นกันได้บ่อยที่สุด ส่วนใหญ่แล้วจะถูกจัดเป็นกิจกรรมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการ ลด แลก แจก แถม ทดลองใช้ เป็น ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้า โดยประโยชน์ที่จะได้รับจากการส่งเสริมการขายประเภทนี้คือ ให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหากลูกค้ามีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ก็จะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือได้ผลถึงขั้นการบอกต่อในคุณภาพด้วย Sales Promotion เป็นเพียงกิจกรรมหรือการส่งเสริมที่มีระยะเวลาสั้น ส่วนมากแล้วมักจะจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงงานเทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ เพราะการจัด Sales Promotion บ่อยเกินไปอาจส่งผลให้กำไรต่อหน่วยลดลงอย่างมาก

**2) Advertising** คือ การ “โฆษณา” นั่นเองเป็นอีกการส่งเสริมการขายที่นิยมเป็นอย่างมาก เช่นกันกับ Sales Promotion จุดประสงค์หลักของการทำโฆษณาใน IMC ก็คือการสร้าง Brand Awareness หรือสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ ตัวอย่างการใช้งาน และผลที่ได้จากการใช้งาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของลูกค้า อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า นั้น ๆ อยู่โดยแบ่งเป็นประเภทช่องทางการสื่อสารใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภทก็คือ Online และ Offline เลือกสื่อสารตามข้อมูลกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์นั้น หากใครยังไม่



เข้าใจความแตกต่างของการสื่อสารทั้ง 2 ช่องทางนี้ให้ลองเข้าไปอ่าน Below the line vs. Above the line ที่จะกล่าวถึงช่องทางการสื่อสารทั้ง 2 ให้เพื่อนเข้าใจมากยิ่งขึ้น

**3) Personal Selling** เป็นการส่งเสริมการขายทางการตลาดให้กับแบรนด์ด้วย ‘พนักงานขาย’ เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าโดยตรง ซึ่งเป็นไปได้ทั้ง 2 ทางคือ การขายหน้าร้านที่พนักงานจะมาให้บริการให้คำแนะนำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และการไปเสนอสินค้าตามสถานที่ต่างๆ หากเกิดความสนใจก็จะสามารถปิดการขายได้ต่อนั้นเลยข้อดีของ Personal Selling ก็คือ การได้โต้ตอบกับลูกค้า ได้รับรู้สิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ จากการพูดคุยต่อหน้า รวมไปถึงการรับ Feedback ที่มีต่อสินค้าได้โดยตรง ทั้งนี้การปลูกฝังทักษะในการสื่อสารที่ดีให้กับ “พนักงาน” เป็นหัวใจสำคัญของข้อนี้ หากสามารถทำให้ลูกค้าพอใจได้ในเวลาอันสั้นก็จะทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น

**4) Public Relation** หรือที่เราเรียกติดปากกันว่า การ PR ก็คือการ “ประชาสัมพันธ์” ตรงตามความหมายของมัน เป็นช่องทางที่ไม่ได้มุ่งเน้นหรือมีจุดประสงค์ที่การเสนอขายสินค้าเป็นหลัก แต่เป็นการสื่อสารที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารเหมือนกับช่องทางอื่น ๆ ที่ได้ทำมายกตัวอย่างให้เห็นภาพชัดๆ เช่น การ PR ถึงมาตรฐานของสินค้าที่ได้รับการรับรองและน่าเชื่อถือ, หรือแม้แต่การเปิดเผยกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้านั่นเอง การ Public Relation หรือการ PR ที่เราเรียกกันจะไม่ค่อยส่งผลกับตัวยอดขายโดยตรงจนเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน แต่ผลจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์จวบจนมีผลต่อยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นจากภาพลักษณ์ที่ผู้คนได้เห็น และรู้สึกไปในทิศทางบวกนั่นเอง

**5) Direct Marketing** เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายด้วยการสื่อสารไปยังลูกค้าที่แบรนด์มีข้อมูลการติดต่อส่วนตัวอยู่แล้ว โดยข้อมูลเหล่านี้ก็มักจะมาจากการที่ลูกค้ามาติดต่อหรือให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ก่อนหน้านี้ (Personal Selling) เมื่อแบรนด์ออกสินค้าใหม่หรือมีโปรโมชั่นอะไรก็สามารถส่งข้อมูลดังกล่าวไปหาลูกค้าได้โดยตรงยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่มีความสนใจในสไตล์เสื้อผ้าของแบรนด์หนึ่ง เมื่อมีคอลเลกชันใหม่ ๆ เข้ามา ทางแบรนด์ก็จะส่งข้อมูลคอลเลกชันใหม่ไปให้ลูกค้าที่มีความสนใจก่อนหน้านี้ได้โดยตรงซึ่งการ Direct Marketing จะได้ผลกับลูกค้าที่มีความสนใจในแบรนด์อยู่แล้ว เมื่อมีสินค้าใหม่หรือสิ่งที่ยังไม่เคยพบเห็นเกี่ยวกับแบรนด์ เขาก็จะมีความสนใจต่อสินค้าของแบรนด์นั้นเป็นพิเศษ จนอาจส่งผลไปสู่การตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็วก็เป็นได้

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) คือ กระบวนการนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลาย ๆ รูปแบบมาผสมผสานเพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่จะเป็นผู้ บริโภคเกิดความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสารมากที่สุด การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นมีกระบวนการที่หลากหลาย และแตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะการตัดสินใจซื้อที่ เกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในจังหวัดจันทบุรี ต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ ที่เกิดจากกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) โดยกำหนดให้ พฤติกรรมตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นตัวแปรตาม ที่เกิดจากกลยุทธ์การตลาดด้านสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)



## ด้านการส่งเสริมการขาย (Sale promotion)

การตลาดยังมีหน้าที่สำคัญในการที่จะทำให้สินค้า และหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภคคนของตลาด หน้าที่การแลกเปลี่ยน หน้าที่ในการอำนวยความสะดวก หน้าที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด หน้าที่ในการวิจัยการตลาด หน้าที่ในการสื่อสาร และหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อสังคม การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ตัวหนึ่งขององค์กรหรือบริษัทกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคาและการจำหน่ายที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) เพื่อผู้มุ่งหวัง (Prospect) ทั้งในตลาดอุตสาหกรรม และตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร (Inform) จูงใจ (Persuade) และเตือนความทรงจำ (Remind) ของลูกค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีแก่องค์กรหรือบริษัท (ชีวรรณ เจริญสุข: <https://maymayny.wordpress.com>) กิจการร้านค้าทั่วไป หากธุรกิจได้มีการวางแผนทางด้านการส่งเสริมการขายโดยมีตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ มีการกำหนดราคาอย่างเหมาะสม โดยมีการวางแผนการจัดจำหน่ายที่ดี และสามารถทำได้อย่างทั่วถึง ผลิตภัณฑ์สินค้า และบริการอาจจะขายได้ในระดับหนึ่ง แต่ถ้าหากต้องการให้การดำเนินการด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลอย่างเห็นผลรวดเร็ว บริษัทก็ควรใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะในกรณีต่อไปนี้

- 1) เมื่อกิจการอยู่ในสภาวะการแข่งขัน เพื่อเพิ่มเงินสดหมุนเวียน และลดปริมาณสินค้าคงคลังตลอดจนสินค้าที่ล้าสมัย
- 2) การติดต่อสื่อสารไปยังผู้มุ่งหวังไม่สะดวก และไม่เพียงพอ เพราะจำนวนผู้มุ่งหวังมีมาก จำเป็นต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารโดยผ่านคนกลาง
- 3) ระยะทางระหว่างผู้ผลิตและผู้มุ่งหวังอยู่ห่างไกลกัน ต้องอาศัยสื่อประเภทต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ
- 4) กิจการต้องการสนับสนุนเจตคติเดิมที่ดี หรือเปลี่ยนแปลงเจตคติ และพฤติกรรม การซื้อของตลาดเป้าหมายที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมที่ต้องการ

**ความหมายของการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)** หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคหรือลูกค้าให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการขององค์กรหรือบริษัทเพื่อเป็นการทดลองใช้ หรือการซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของผู้บริโภคหรือลูกค้าขั้นสุดท้าย บุคคลในช่องทางการตลาด หรือพนักงานขายของกิจการ การส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเพียงอย่างเดียว โดยทั่วไปองค์กรหรือบริษัทมักจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ร่วมกับการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่น โฆษณาให้รู้ว่ามีมัลลลด แลก แจก แถม หรือ ส่งพนักงานขายไปแจกผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการตัวอย่างตามบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดในการส่งเสริมการขาย ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการขายโดยพนักงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริโภคหรือลูกค้า เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบริการเพิ่ม เพื่อให้ยอดขายขององค์กรหรือบริษัท



เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงผลกำไร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ของคนกลางในการจัดจำหน่าย โดยการจัดและตกแต่งร้าน การแสดงสินค้า การสาธิตการใช้งาน และความพยายามทางการตลาดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่งานด้านการขายที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่มีการส่งข้อมูลไปยังผู้รับหรือผู้บริโภคตั้งนี้โดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาด

## ด้านการให้ ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Integrated Marketing Communication

นิยาม หมายถึง กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องเป้าหมาย คือ การที่จะมุ่งเน้นสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาด โดยการพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ รู้จักสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้ ความคุ้นเคยและมีความเชื่อมั่นในสินค้าแบรนด์เนมใดแบรนด์หนึ่งหัวใจหลัก คือ การกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค ไม่ใช่สร้างแค่การรับรู้ การจดจำหรือการยอมรับเท่านั้น

ดังนั้น IMC จึงเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อมุ่งใจในระยะยาวและต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือหลายรูปแบบ เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลาดตรง การส่งเสริมการขาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การตลาดเน้นกิจกรรม Call Center และอีเมล ฯลฯ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ

การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบของการสร้างการติดต่อสื่อสารด้านตราสินค้า (Brand contact) การโฆษณาใช้ในกรณี ดังนี้ (อั้งใน, เหมสุดา สันติมิตร: 2558)

- 1) ต้องการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiate product) อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง
- 2) ต้องการยึดตำแหน่งครองใจสินค้า (Brand positioning) ตัวอย่าง ต้องการสร้าง positioning ว่า โพรเทคส์ เป็นสปูป้องกันแบคทีเรีย เคลียร์เป็นแชมพูที่มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ว่าเป็น 2 in 1 ทั้งนี้ เคลียร์ สามารถยึดครอง positioning การเป็น 2 in 1 ได้ดี โดยเน้นโฆษณา ดังนั้นโฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญ หากไม่มีการทำโฆษณาก็เหมือนกับว่าไม่มีกรรมสิทธิ์ในตราสินค้า
- 3) ใช้การโฆษณาเมื่อต้องการสร้างผลกระทบ (impact) ที่ ยิ่งใหญ่ตัวอย่างโครงการบ้านจัดสรรทายาทเศรษฐีมีกลุ่มเป้าหมายน้อย แต่เพื่อให้โครงการมีความยิ่งใหญ่ถือว่าการโฆษณาให้มีผลกระทบทั้งด้านภาพลักษณ์ (image) และผลกระทบ (impact) ทางด้านการพูดคุยในกลุ่มลูกค้า
- 4) หากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเป็นที่รู้จัก และติดตลาดดีอยู่แล้ว ไม่ต้องให้ความรู้กับคน (Educated) ต้องการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ต้องการย้ำตำแหน่งสินค้า (Brand positioning) ลูกค้ามีพฤติกรรม และมีความต้องการซื้ออยู่แล้ว จึงไม่ต้องเปลี่ยนความคิดของลูกค้าก็ควรใช้การโฆษณา เช่น ยาสีฟันคอลเกต โฆษณาบ้าน คุณสมบัติบ้านจะไม่ค่อยมีแนวความคิดใหม่ ๆ สิ่งเหล่านี้ นักการตลาดจึงไม่ ต้องเปลี่ยนโครงสร้างความคิดของผู้บริโภคใด ๆ เพียงสร้างจุดขาย (Selling point) ให้ลูกค้ารู้จัก (Awareness) และแสดง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) ให้ชัดเจน



### ลักษณะของการโฆษณา

- 1) การโฆษณาเป็นการสื่อสารจงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการจงใจให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อโดยวิธีการพูดการเขียนหรือการสื่อความหมายใด ๆ ที่มีผลให้ผู้บริโภคเป้าหมายคิดคล้ายตามกระทำตามหรือเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมไปตามที่ผู้โฆษณาต้องการ
- 2) การโฆษณาเป็นการจงใจด้วยเหตุผลจริง และเหตุผลสมมติ หมายถึง การจงใจโดยบอกคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และการจงใจโดยใช้หลักการตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยา
- 3) การโฆษณาเป็นการนำเสนอ สื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งสามารถเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการในระยะกว้างไกลได้สะดวกรวดเร็วที่สุด ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง ไปสู่มวลชนอย่างรวดเร็ว เข้าถึงพร้อมกัน และทั่วถึง
- 4) การโฆษณาเป็นการเสนอขายความคิดสินค้าและบริการโดยใช้วิธีการจงใจให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจเกิดทัศนคติที่ดีอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย
- 5) การโฆษณาต้องระบุผู้สนับสนุนหรือตัวผู้โฆษณา ซึ่งมีผลความเชื่อถือของผู้บริโภคสร้างความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นว่าเป็นการโฆษณาสินค้า (advertising) มิใช่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda)
- 6) การโฆษณาต้องจ่ายค่าตอบแทนในการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์วารสาร และนิตยสาร เป็นต้น ดังนั้นผู้โฆษณาจะต้องมีงบประมาณเพื่อการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ด้วย

### การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)

- 1) การดึงดูดลูกค้าใหม่ (Attract new users) กลยุทธ์ที่จะดึงดูดลูกค้าใหม่ให้หันมาซื้อสินค้าของเรา นั้น นักการตลาดต้องหาวิธี หรือกลยุทธ์เพื่อลดอัตราเสี่ยงจากการใช้สินค้าใหม่ ให้กับผู้บริโภค โดยวิธีการลด แลก แจก แถม ก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะลดความเสี่ยงได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่เอาชนะความเฉื่อยชา (Inershier) ในเรื่องการคิดเปลี่ยนแปลง
- 2) การรักษาลูกค้าเก่าไว้ (Hold current customer) กรณีที่คู่แข่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ แน่แน่นอนว่าลูกค้าอาจจะมีความคิดอยากจะทดลองใช้สินค้าใหม่ และเกิดความสนใจมากขึ้น ดังนั้นจะต้องทำการปรับปรุงและแก้ไขโดยทำให้ไม่เป็นไปตามความคาดหมายที่ลูกค้าตั้งไว้ (dilute หรือ Off set) ซึ่งเป็นการลดความเข้มข้นลงด้านการส่งเสริมการขาย ลูกค้ามีความสนใจในสินค้าใหม่แต่ยังไม่แน่ใจในคุณภาพของสินค้านั้น ซึ่งตราสินค้าเก่าที่ใช้งานแน่ใจในคุณภาพแล้วมีการส่งเสริมการตลาดในกรณีการ เปลี่ยนใจของลูกค้าจะทำได้ยากมาก
- 3) การส่งเสริมลูกค้าในปัจจุบันให้ซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Load present user) กรณีนี้อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง แต่เกิดขึ้นเพราะไม่แน่ใจว่าลูกค้า จะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่ เช่น น้ำยาล้างจานเมื่อผู้บริโภคใช้หมดแล้ว ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่ สิ่งนี้จึงเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขโดยทำอย่างไรลูกค้าจึงจะซื้อสินค้าในจำนวนมาก เช่น ให้คูปองมูลค่า 15 บาทกับน้ำยาล้างจานขนาด 10 บาท เพื่อไปชื้อน้ำยาล้างจานขนาดแกลลอน
- 4) การเพิ่มอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (Increased product usage) เกิดขึ้นเมื่อต้องการให้ผู้บริโภคใช้สินค้ามากขึ้นกว่าเดิมหรือใช้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่าง การสะสมไมล์ เพื่อให้ใช้บริการจากสาย



การบินนั้นอย่างต่อเนื่อง บัตรเครดิตอาจกำหนดว่าถ้าใครใช้ถึง 50,000 บาทภายใน 3 เดือน จะได้ของแถมโดยการสะสมคะแนน

5) การส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคเกิดการยกระดับ (Trade up) โดยให้ซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น มีขนาดใหญ่ขึ้น หรือมีคุณภาพดีขึ้น ตัวอย่าง ให้ผู้บริโภคนำรถยนต์โตโยต้า รุ่นเก่ารุ่นใดก็ได้มาแลกซื้อรถยนต์รุ่นใหม่

6) การเสริมแรงการโฆษณาในตราสินค้า (Reinforce brand advertising) เมื่อโฆษณาไปแล้วควรใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น โปสเตอร์ โคมบาย ป้ายแขวน แผ่นพับ ใบปลิว ชั้นวางที่พูดได้ (Shelf talker) เมื่อผู้บริโภคเดินผ่านก็จะพูดคุยกับผู้บริโภค เป็นการเพิ่มการรู้จัก (Increased awareness) และสร้างผู้รับข่าวสาร (Audience ship) เกิดความได้เปรียบบนชั้นวาง (Shelf advantage) สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

## เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC)

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) เป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารทางการตลาด เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ สร้างเจตคติ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคหรือลูกค้าทางการตลาด ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ๆ ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ประการ คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

IMC จะใช้การติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนั้น หรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเปิดรับ (Exposure) ทุกรูปแบบ รูปแบบต่างๆ ของ IMC ซึ่งตัวอย่าง รูปแบบเหล่านี้อาจจะไม่ครบถ้วนตามรูปแบบของ IMC แต่เป็นรูปแบบที่นิยมใช้กันมาก เพราะว่าคุณคิดทางวิชาการใหม่ๆ จะเกิดขึ้นเสมอโดยมีรายละเอียดดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา. 2540:25)

**1. การโฆษณา (Advertising)** เป็นรูปแบบของการสร้างการติดต่อสื่อสารด้านตราสินค้า (Brand contact) การโฆษณาใช้ในกรณีต่อไปนี้

(1) ต้องการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiate product) อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

(2) ต้องการยึดตำแหน่งครองใจสินค้า (Brand positioning) ตัวอย่าง ต้องการสร้าง positioning ว่าโปรเทคส์ เป็นสบู่ป้องกันแบคทีเรีย รีจอยส์เป็นแชมพูที่มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ว่าเป็น 2 in 1 ซึ่งผลิตภัณฑ์แรกที่เข้ามาในตลาดก่อนคือ Dimension 2 in 1 แต่ Dimension ใช้โฆษณาน้อย ดังนั้น รีจอยส์จึงสามารถยึดครอง positioning การเป็น 2 in 1 ได้ดีกว่า ดังนั้นโฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าไม่มีการทำโฆษณาก็เหมือนกับว่าเราไม่มีกรรมสิทธิ์ในตราสินค้า

(3) ใช้การโฆษณาเมื่อต้องการสร้างผลกระทบ (impact) ที่ยิ่งใหญ่ตัวอย่าง โครงการบ้านจัดสรรทายาทเศรษฐีมีกลุ่มเป้าหมายน้อย แต่เพื่อให้โครงการมีความยิ่งใหญ่ถือว่าการโฆษณาให้มีผลกระทบทั้งด้านภาพลักษณ์ (image) และผลกระทบ (impact) ทางด้านการพูดคุยในกลุ่มลูกค้า

(4) ถ้าสินค้าเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้วไม่ต้องให้ความรู้กับคน (Educated) ต้องการย้ำตำแหน่งสินค้า (Brand positioning) ต้องการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ลูกค้ามีพฤติกรรม



ที่ไม่ต้องเปลี่ยนความคิดของลูกค้า ก็ควรใช้การโฆษณา เช่น แคมเปญซิงซิล หมากฝรั่งลือตเต้ โฆษณาบ้านธรรมดา คุณสมบัติบ้านไม่มีแนวความคิดใหม่ ๆ เหล่านี้ไม่ต้องเปลี่ยนโครงสร้างความคิดของผู้บริโภคใดๆ ทั้งสิ้น เพียงสร้างการรู้จัก (Awareness) และแสดงจุดขาย (Selling point) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) ที่ชัดเจน

**2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling)** เป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งจะใช้พนักงานขายในกรณี ต่อไปนี้

(1) เมื่อสินค้าั้นเหมาะสมกับการขายโดยใช้พนักงาน เช่น สินค้าประเภทที่ขายตามบ้าน (Door to door selling) ไม่ว่าจะเป็นการประกันชีวิต เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงเครื่องสำอาง

(2) เมื่อลักษณะสินค้าต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Knowledge) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนซึ่งไม่สามารถผ่านสื่อมวลชน (Mass media) ได้ สินค้าพวกนี้ได้แก่ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องทำน้ำแข็ง เครื่องจักร รถยนต์ เครื่องยนต์ สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ จึงต้องอาศัยพนักงานขายช่วยอธิบาย เพราะไม่สามารถใช้สื่อโฆษณอบริบายได้ชัดเจน

(3) หน่วยงานขายจำเป็นต้องใช้ในกรณีที่สินค้านั้นต้องการบริการที่ดี (Good sales services) ซึ่งจำเป็นต้องใช้คนให้บริการประกอบการขายสินค้านั้นด้วย โดยพนักงานขายจะเป็นผู้บริการแนะนำติดตั้งซ่อมบำรุงซึ่งพนักงานขายมีบทบาทสำคัญมากขึ้น

**3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)** มีวัตถุประสงค์ของการวางแผน ดังนี้

(1) การดึงดูดลูกค้าใหม่ (Attract new users) การที่จะดึงดูดลูกค้าใหม่มาซื้อสินค้านั้นจะต้องลดอัตราเสี่ยงจากการใช้สินค้าใหม่ให้กับผู้บริโภค การลด แลก แจก แถม เป็นวิธีหนึ่งที่จะลดความเสี่ยงได้ เป็นสิ่งที่จะเอาชนะความเฉื่อยชา (Inershier) ของการคิดเปลี่ยนแปลง

(2) การรักษาลูกค้าเก่าไว้ (Hold current customer) ในกรณีที่คู่แข่งมีการออกสินค้าใหม่ลูกค้าอาจจะเกิดความสนใจและมีความคิดอยากจะทดลองใช้สินค้าใหม่ ดังนั้นจะต้องแก้ไขโดยทำให้ไม่เป็นไปตามความคาดหมาย (Off set หรือ dilute) ซึ่งเป็นการลดความเข้มข้นลงด้านการส่งเสริมการขายลูกค้ามีความสนใจในสินค้าใหม่แต่ยังไม่แน่ใจในคุณภาพของสินค้า ซึ่งตราสินค้าเก่าที่ใช้จนแน่ใจในคุณภาพแล้วมีการส่งเสริมการตลาดในกรณีการ เปลี่ยนใจจะยากมาก

(3) การส่งเสริมลูกค้าในปัจจุบันให้ซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Load present user) กรณีนี้อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง แต่เกิดขึ้นเพราะไม่แน่ใจว่าลูกค้า จะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่ เช่น น้ำยาล้างจานเมื่อผู้บริโภคใช้หมดแล้ว ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่ สิ่งนี้จึงเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขโดยทำอย่างไรลูกค้าจึงจะซื้อสินค้าในจำนวนมาก เช่น ให้คูปองมูลค่า 15 บาท กับน้ำยาล้างจานขนาด 10 บาท เพื่อไปซื้อน้ำยาล้างจานขนาดเกลลอน

(4) การเพิ่มอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (Increased product usage) เกิดขึ้นเมื่อต้องการให้ผู้ใช้บริโภคใช้สินค้ามากขึ้นกว่าเดิมหรือใช้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่าง การสะสมไมล์ เพื่อให้ใช้บริการจากสายการบินนั้นอย่างต่อเนื่อง บัตรเครดิตอาจกำหนดว่าถ้าใครใช้ถึง 50,000 บาทภายใน 3 เดือน จะได้ของแถมโดยการสะสมคะแนน

(5) การส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคเกิดการยกระดับ (Trade up) โดยให้ซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น มีขนาดใหญ่ขึ้น หรือมีคุณภาพดีขึ้น ตัวอย่าง ให้ผู้บริโภคคนนำรถยนต์โดยด่ารุ่นเก่ารุ่นใดก็ได้มาแลกซื้อรถยนต์รุ่นใหม่



(6) การเสริมแรงการโฆษณาในตราสินค้า (Reinforce brand advertising) เมื่อโฆษณาไปแล้วควรใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น โปสเตอร์ โหมบาย ป้ายแขวน แผ่นพับ โบปลิวิ ชั้นวางที่พูดได้ (Shelf talker) เมื่อผู้บริโภคเดินผ่านก็จะพูดคุยกับผู้บริโภค เป็นการเพิ่มการรู้จัก (Increased awareness) และสร้างผู้รับข่าวสาร (Audience ship) เกิดความได้เปรียบบนชั้นวาง (Shelf advantage) สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

**4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ใช้กรณีต่อไปนี้**

(1) ใช้การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image) ว่าเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งคุณสมบัติอื่น ๆ ไม่สามารถสร้างได้เหนือกว่าคู่แข่ง คุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เท่าเทียมกับคู่แข่ง ภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งเดียวที่จะสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่ดี เมื่อสิ่งอื่นเท่ากันหมด ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งเดียวที่เหลืออยู่เพื่อใช้ในการต่อสู้ได้ โดยใช้เรื่องราวและตำนาน ซึ่งเป็นสิ่งที่คู่แข่งชั้นจะเลียนแบบกันได้ยากมาก ตัวอย่างปูน TPI จะทำปูนให้มีคุณสมบัติต่าง ๆ เท่าสยามซีเมนต์ ทางด้านคุณภาพ ความสามารถในการทำงาน และคุณสมบัติต่าง ๆ ได้ แต่จะบอกว่ามีประวัติอันยาวนานเหมือนสยามซีเมนต์ย่อมทำไม่ได้

(2) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์จะใช้เมื่อต้องการให้ความรู้กับบุคคล สินค้าบางชนิดจะประสบความสำเร็จได้ เมื่อคนมีความรู้ในตราสินค้านั้นจึงต้องอธิบายถึงคุณสมบัติเกี่ยวกับสินค้า สมมติว่าขายเนื้อโกเบซึ่งมีราคาแพงกว่าเนื้อธรรมดา เนื้อสันในธรรมดาระราคาโลกรัมละ 200 บาท เนื้อสหรัฐอเมริกาขายโลกรัมละ 350 บาท เนื้อโกเบขายโลกรัมละ 420 บาท ในกรณีนี้จะต้องให้ความรู้ในคุณสมบัติของเนื้อโกเบว่านุ่ม ไม่เหนียวไม่มีพังผืด ผู้บริโภคจะต้องมองเห็นค่าของเนื้อโกเบเขาจะยอมจ่ายเงินซื้อ

(3) เมื่อมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม (Values added) ให้กับผลิตภัณฑ์และข่าวสารนั้นไม่สามารถบรรจุเข้าไปในการโฆษณาได้ เพราะการโฆษณามีเวลาเพียง 30 วินาทีเท่านั้น ดังนั้นจึงใส่ข้อมูลเข้าไปในโฆษณาหลายๆ ไม่ได้ควรใช้ PR แทนในกรณีที่มีข้อมูลมากมายที่เป็นจุดขึ้นชมในสินค้าเช่น เป็นโรงงานที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ (Brand Knowledge) ซึ่งการโฆษณาไม่อาจจะครอบคลุมได้ แต่ขณะเดียวกันโฆษณาเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

**5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) หมายถึง การตลาดทางไกล (Telemarketing) การขายทางแคตตาล็อก (Catalogue sales) การสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail order) การตลาดทางตรง ใช้กรณีต่าง ๆ ดังนี้ (ไซมอน ไซตอนันต์, พฤทธิพรชนัน: www.simandson.com)**

(1) เมื่อมีฐานข้อมูล (Database) ที่ดีพอในกรณีนี้ถ้าทราบว่าคุณสมบัติเป้าหมายเป็นใครอยู่ที่ไหนจะเป็นการประหยัดกว่าการใช้สื่อถ้ากลุ่มเป้าหมายมี 8,000 คน ค่าแสดมภ์คนละ 2.50 บาท จะเห็นว่าค่าใช้จ่าย 20,000 บาท ซึ่งถูกกว่าที่เราจะไปลงในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ราคาสูงถึงประมาณ 700,000 บาท

(2) เมื่อต้องการสร้างการตลาดที่มีความเป็นส่วนตัว (Personalized marketing) ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกว่าเป็นการตลาดแบบส่วนตัวเมื่อผู้บริโภคได้รับจดหมายแล้วจะรู้สึกว่าเป็นลูกค้าสำคัญเป็นลูกค้าที่ประธานบริษัทรู้จัก ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี และภาคภูมิใจว่าตนเป็นบุคคลหนึ่งที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่าง เป็นกลุ่มเป้าหมายของคอนโดมิเนียมมูลค่า 20 ล้านบาท เป็นกลุ่มเป้าหมายของบัตรเครดิตชั้นนำ



(3) ใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ติดตามผล (Follow up strategy) สมมติโครงการ อสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจคอนโดมิเนียมมีคนมาเยี่ยม 200 คนแต่ว่ามีคนที่สนใจเกิดความต้องการ 20 คน ส่วนอีก 180 คนนั้นเป็นกลุ่มที่เรียกว่ารอและดูไปก่อน เป็นกลุ่มที่จะต้องติดตามต่อไป ดังนั้นรอบสองอาจไม่จำเป็นต้องโฆษณาผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ใช้การตลาดทางตรงแทน โดยใช้จดหมายส่งผ่านไปยังอีก 180 คนนั้น เป็นการเตือนความทรงจำและการเร่งรัดการตัดสินใจ

(4) เป็นการเตือนความทรงจำ (Remind) การใช้ตลาดทางตรงเพื่อติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเดิมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เช่น ต่ออายุนิติกรรม วารสาร หนังสือพิมพ์ เมื่อใกล้หมดอายุสมาชิกแล้ว

การส่งเสริมการขายของบริษัทในการนำเสนอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าบริการที่เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง มีลักษณะเฉพาะตัว เครื่องมือทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเพื่อส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยการคัดเลือกทรายี่ห่อสินค้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการและคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ตัวชี้วัดทางด้านราคา คือราคานั้นมีความสำคัญต่อรายได้ขององค์กรหรือบริษัทเป็นอย่างมาก ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้าจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเรื่องของต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และการรับประกันสินค้าเป็นหลัก โดยใช้หลักการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกที่ ต้นทุน การรับประกัน จรรยาบรรณของผู้ค้าช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการเสาะแสวงหาลูกค้าที่คาดหวัง ดังนั้นการเสาะหาลูกค้าจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายในการสังเกตลูกค้าที่เข้ามาเพื่อ วิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้า การเข้าหาลูกค้า การนำเสนอการขาย และการติดตามหลังการขาย

## สรุป

ปัจจัยที่จะทำให้การทำการตลาดอสังหาริมทรัพย์ในสถานการณ์ขณะนี้ และบนโลกดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพ คือ “ฐานข้อมูล” (Database) ซึ่งปัจจุบันมีการลงทุนพัฒนาฐานข้อมูลสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ เพื่อเป้าหมายใหญ่ ๆ 3 ประการ คือ การสร้างรายได้เพิ่ม, การลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ “การมีฐานข้อมูลที่ดียังทำให้แบรนด์ค้นพบว่าอะไรคือสิ่งที่ลูกค้าไม่ชอบใจ หรือไม่สนใจ ซึ่งโครงการอสังหาริมทรัพย์สามารถตัดออกจากการก่อสร้างเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายได้ การเข้าใจอินไซด์ทำให้บ้านที่โครงการออกแบบมาตอบโจทย์และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น”

### หน้าที่ของ IMC

1) หน้าที่ในการติดต่อด้วยบุคคล (Personal Connection: Personal Selling and Direct Sales) หากนักกลยุทธ์ IMC ต้องการจะสื่อสาร และติดต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยบุคคลแล้ว ก็ต้องใช้ เครื่องมือ IMC ที่เรียกว่า การขายโดยพนักงานขาย และการขายตรง เป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยทำหน้าที่ติดต่อสื่อสาร 2 ทาง และช่วยเพิ่มเติม ข้อมูลในส่วนที่โฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่สามารถบรรจุเนื้อหาสาระได้ครบถ้วน ตลอดจนทำหน้าที่ชักจูง และโน้มน้าวใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าในที่สุด



2) หน้าที่ในการชักจูงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพิจารณา ตราสินค้ามากขึ้น (Intensifying Consideration: Sales Promotion) เมื่อสร้างการรับรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ และใช้บุคคลในการชักจูงใจ ลูกค้าแล้ว เครื่องมือการส่งเสริมการขายก็จะทำหน้าที่ในการชักจูง และให้เหตุผลในการโน้มน้าวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพิจารณา ตราสินค้านั้น ๆ มากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการขายมีคุณสมบัติ เฉพาะในการนำข้อเสนอพิเศษ (Extra Value) ที่ตราสินค้ามีให้มากกว่า ในขณะที่ตราสินค้าอื่นไม่มี

3) หน้าที่ในการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย (Experiential Contacts: Event, Sponsorship and Customer Services) เครื่องมือ IMC ที่ทำหน้าที่สร้างประสบการณ์ให้กับ ตราสินค้าคือ การจัดกิจกรรมทางการตลาด การเป็นผู้สนับสนุน ทางการตลาดและการบริการลูกค้า

4) หน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าแบบตัวต่อตัว (Direct Marketing: One-to-one Connection) เมื่อนักกลยุทธ์ IMC ต้องการติดต่อกับ ลูกค้าแบบตัวต่อตัว หรือเป็นการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้าเป้าหมายก็จะใช้การสื่อสารการตลาดโดยตรง เป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสาร กับลูกค้าเป้าหมาย

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งของหรือบริการ ประโยชน์ของการส่งเสริมการขายเป็นสาระสำคัญ ในการจัดทำ การส่งเสริมการขายนั้นก็เพื่อ เป็นการกระตุ้นยอดขายของกิจการ และการแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับ ความพึงพอใจที่ดีของ ลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ ในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้า เพื่อการสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันทางการตลาด เหนือคู่แข่ง (พีรวัฒน์ สมบัติใหม่: 2554) การส่งเสริมการขายคือการ สนับสนุนการสร้างราคาสินค้าเฉพาะเจาะจง /การสร้างมูลค่าตราสินค้า การสร้างกลุ่มลูกค้าถาวร และการสร้างภาพพจน์ของกิจการ โดยนักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือวิเคราะห์จาก Google เช่น Google Trends หาอินไซด์ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นแคมเปญเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้ อาทิ ปัญหาที่ลูกบ้านพูดถึงบ่อยครั้งในช่วง Covid-19

- ปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ครัวของคนโคมิเนียมที่ไม่ตอบโจทย์ความต้องการ
- สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เพียงพอต่อการ Work From Home

ปัจจัยสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สู่การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมากขึ้น ซึ่งแบรนด์ที่สามารถสื่อสารได้อย่างตรงจุด จะสามารถชนะใจผู้บริโภคได้ในที่สุด ซึ่งทำดีที่สุดแล้ว ยอดขายที่จะเกิดขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับโครงการว่าสามารถเข้าถึง และเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคได้มากน้อยแค่ไหน รวมถึงสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่





## เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ: แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com>

ฉัตยาพร เสมอใจ. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น. 2550.

ไซมอน โซติอนันต์, พฤทธิ์พรชนัน. แหล่งที่มา: [www.simandson.com](http://www.simandson.com).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด. 2541.

สุพรรณิ กัลปยานสันต. **การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการสินเชื่อบุคคลใน**

**เขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรธุรกิจ) คณะ  
พัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันจัดพัฒนบริหารศาสตร์. 2544.

สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. แหล่งที่มา: <https://thainews.prd.go.th>.

พีรวัฒน์ สมบัติใหม่ . **การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตได้เรีกร์กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้าน**

**กาแพขนาดย้อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. บัณฑิตวิทยาลัย, จังหวัดเชียงใหม่,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ศิลปะและการออกแบบสื่อ. 2554.

Philip Kotler. **Marketing Management**. Northwestern University. The Millenium Edition  
: Prentice Hall International, Inc. 2000.





## กลยุทธ์การตลาดอาหารเสริมสมุนไพรไทยสู่ตลาดโลก

ดร.ภัทรภรณ์ เอกวิทยาเวชกุล

บริษัทภัทรินภูเวเลนเนส นนทบุรี

Received September 19, 2021, Revised October 26, 2021, Accepted December 8, 2021

### บทคัดย่อ

กลยุทธ์การตลาดอาหารเสริมสมุนไพรไทยสู่ตลาดโลก ความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย นำไปใช้ประโยชน์อย่างมากในทางการตลาด ทั้งในระดับประเทศ และระหว่างประเทศ เพราะวัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อยของสังคมที่ต่างกัน ย่อมนำไปสู่พฤติกรรมในการซื้อที่แตกต่างกัน ด้วย ทำให้นักการตลาดสามารถวิเคราะห์ตลาด แบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง พัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งสามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หรือการโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พฤติกรรมผู้บริโภคมีสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และการวางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสารและการวางกลยุทธ์ ยุทธวิธีที่เหมาะสมที่สุด เป็นรูปแบบการจัดการกิจกรรมการตลาด และการสื่อสารการตลาดโดยองค์รวมที่มีเอกภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ซื้อซ้ำ ระยะเวลาซื้อ และแบรนด์ที่แข็งแกร่ง สู้อยุทธวิธีที่พนักงานขายจะต้องนำไปใช้ในการเสนอขายเพื่อพิชิตใจลูกค้า

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์การตลาดอาหารเสริมสมุนไพร





## Marketing strategies of Thai herbal supplements to the global market

Dr.Patraporn Ekvitavetchanukul

### Abstract

Marketing strategies of Thai herbal supplements to the global market Understanding of cultures and subcultures utilized greatly in marketing both nationally and international because of culture and subcultures of different societies inevitably leads to different buying behaviors as well. This allows marketers to analyze the market, segment the market, select the target market correctly. product development and services that meet the needs of the target market appropriately as well as being able to formulate marketing communication strategies or advertising to reach the target audience effectively

Consumer behavior plays a very important role. Because it is preliminary in the analysis of the target market and planning for market activities as well as communication and strategy planning the most suitable strategy it is a form of marketing activities. and holistic marketing communication with unity Effectively reach the target audience lead to business goals whether the behavior of choice Purchasing decisions, repeat purchases, purchase timings and strong brands into the tactics that salespeople must use in their offerings to win customers' hearts.

**Keywords:** Marketing strategies for herbal supplements





## บทนำ

สถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ในประเทศไทยยังไม่คลี่คลาย ทำให้การทำงานที่เคยรุ่งเรือง ก็ซบเซา สภาพคล่องทางการเงินไม่คล่องเหมือนแต่ก่อน ทำให้หลายคนต้องมองหารายได้เสริมอย่าง การขายของออนไลน์ เพราะเป็นธุรกิจที่หลายคน เริ่มต้นทำเองได้ง่าย สามารถเริ่มลงทุนด้วยเงินเพียงหลักพัน หรือหลักหมื่น บางคนมีรายได้จากการขายของออนไลน์ มากกว่าเงินเดือนประจำด้วยซ้ำ แต่การขายของออนไลน์ถึงจะง่าย แต่เชื่อว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จเหมือนกันทั้งหมด เพราะทุกคนก็คิดแบบเดียวกัน แต่รู้ไหมถึงสินค้าที่เราจะขายเหมือนกับคนอื่น แต่ลูกค้าที่มีอยู่มากมายบนโลกออนไลน์ ก็มีความแตกต่างกัน เพื่อความสำเร็จของการเริ่มต้นขายของออนไลน์ ของพ่อค้าแม่ค้ามือใหม่ หรือมือเก่าที่ขายมานานแล้ว แต่ยอดขายกลับไม่เปรี้ยง เราจะมาบอกเคล็ดลับการขายของออนไลน์ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และสินค้าที่ควรเอามาขาย

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นรวดเร็วในปัจจุบันทำให้การแข่งขันทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น อาชีพพนักงานขายจะต้องมีการแข่งขันการขายสินค้า และบริการของตนให้มากที่สุด ขณะคู่แข่งให้ได้ เพื่อผลกำไรตามเป้าหมายของกิจการซึ่งยุทธวิธีจะทำให้การขายในสังคมปัจจุบันถ้ามีการแข่งขันกันสูงเช่นนี้ประสบผลสำเร็จ พนักงานขายจะต้องรู้จักและเข้าใจสถานการณ์ของตลาด รู้จักคู่แข่ง สินค้าและบริการ ฐานะกำลังจุดเด่นจุดด้อย และศักยภาพของตนเอง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลวิเคราะห์สถานการณ์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง สภาพตลาด และตนเอง อันจะนำไปใช้ในการหาแนวทางหรือเทคนิคที่จะชนะใจลูกค้าให้ได้ ยุทธวิธีที่พนักงานขายจะต้องนำไปใช้ในการเสนอขายเพื่อพิชิตใจลูกค้า บางครั้งจะต้องอาศัยเทคนิคหลายอย่างประกอบกัน บางครั้งก็สามารถใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมรวมทั้งลูกค้า แต่สิ่งแวดล้อมที่พนักงานขายจะต้องนำไปใช้ในการเสนอขายให้ประสบผลสำเร็จในอาชีพ

## ความหมายของหลักการตลาด

การตลาดเป็นตัวเชื่อมระหว่างช่องทางเดินของสินค้าจากการดำเนินธุรกิจที่สะดวก รวดเร็ว และนำสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายต้องผ่านคนกลางหรืออาจเรียกว่า ช่องทางเดินของสินค้า คือ ตลาดจะอยู่ระหว่างช่องทางเดินของสินค้าจากผู้ผลิต หรือแหล่งเสนอขายไปยังผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และร้านค้าปลีกซื้อสินค้ามาจากร้านค้าส่งร้านค้าส่งซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิต แต่ละช่องทางที่มีการซื้อขายกันต้องผ่านกระบวนการทางตลาดทั้งสิ้น (กระบวนการทางการตลาดได้แก่ การขาย การซื้อ การขนส่ง การเก็บรักษา การจัดมาตรฐานสินค้า การเงิน การเสี่ยงภัย การหาข้อมูลการตลาด และการวิจัยตลาด) การสร้างโลโก้ (Logo Design) ในการเริ่มต้นธุรกิจ การสร้างโลโก้ เปรียบเสมือนการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนสินค้า บริการ องค์กร รวมถึงความรู้สึกร่วมกันทั้งชื่อ สัญลักษณ์ที่เป็นโลโก้ หรือแม้กระทั่งสีของแบรนด์สิ่งนี้จำเป็นที่จะต้องจดลิขสิทธิ์ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ เทคนิคในการสร้างโลโก้ คือ ควรกำหนดเป้าหมายไว้ว่าอยากให้ผู้บริโภคเห็นแล้วนึกถึงอะไร ส่วนสไตล์แกน หรือ คำพูด คำบรรยายติดปากสั้นๆ ของแบรนด์ มีไว้เพื่อทำให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ของเราได้ง่ายขึ้น



การตลาดมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ทั้งนี้จะเห็นได้จากการการตลาดได้พยายามที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและหรือบริการจากผู้ผลิตหรือผู้ซื้อหรือผู้บริโภค การตลาดยังมีหน้าที่สำคัญในการที่จะทำให้สินค้าและหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภคคนของตลาด หน้าที่การแลกเปลี่ยน หน้าที่ในการอำนวยความสะดวก หน้าที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด หน้าที่ในการวิจัยการตลาด หน้าที่ในการสื่อสาร และหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อสังคม

การตลาดมีความสำคัญกับมนุษย์ทุกคน เพราะทุกคนต้องการสินค้า บริการตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การตลาดเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ทุกคน ทำให้มนุษย์มีงานทำมีรายได้ มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี จะเห็นได้ว่าการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีค่านิยมของมนุษย์ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม กฎหมาย และการเมือง การตลาดเข้ามา มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายกับผู้บริโภค ผู้ซื้อหรืออีกนัยเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งเสนอขาย กับความต้องการ

### ตลาดสมุนไพรไทยเติบโตตามกระแสโลก

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข คาดการณ์ว่าปี 2564 ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นกว่า 50,000 ล้านบาท เป็นไปตามนโยบายขับเคลื่อนการพัฒนาพืชสมุนไพรไทยและพืชทางเลือกอื่นๆ ให้เป็นภูมิปัญญา และทรัพยากรที่มีค่าของประเทศไทย (ผู้จัดการสุดสัปดาห์: <https://mgronline.com>) นอกจากนี้ ตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 – 2564 กำหนดเป้าหมายให้เพิ่มมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรจาก 1.8 แสนล้านบาท เป็น 3.6 แสนล้านบาท ในปี 2564 และให้ไทยเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ฯ เป็นอันดับ 1 ในอาเซียน ทำให้ตลาดสมุนไพรไทยเติบโตก้าวกระโดด นับเป็นอัตราการเติบโตมากกว่า จีน เติบโตเฉลี่ย 5.06%, ญี่ปุ่น 0.85% และเกาหลีใต้ 5.43% สำหรับแผนการพัฒนาสมุนไพรไทยขับเคลื่อนโดย 3 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข ทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการสร้างเชื่อมั่นในคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรไทย สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร และลดความยุ่งยากในการขออนุญาตผลิตของผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ ดูแลรับผิดชอบเรื่องการพัฒนาช่องทางตลาดทั้งในและต่างประเทศ การจับคู่เจรจาธุรกิจ การออกงานแสดงสินค้า สำหรับสมุนไพรไทยที่สร้างรายได้หลัก ๆ ประกอบด้วย ขมิ้นชัน, ไพล, บัวบก, กระจับปี่, ฟ้าทะลายโจร, กระจับปี่, กระจับปี่, ข่า, ขิง, คำฝอย, ตะไคร้, บุก, พริกไทย, ว่านชักมดลูก, กระจับปี่แดง, แก้วฮวย, ดีปลี, บอระเพ็ด, พญาอ้อ, เพชรสังฆาต, มะระขี้นก, มะลิ, มะแว้งเครือ และมะแว้งต้น เป็นต้น

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เดินหน้าขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรแบบอินทรีย์ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ปลอดภัย สามารถขายได้ราคาดีขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นแปลงใหญ่พืชสมุนไพร เพื่อจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบครบวงจรภายใต้หลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ดำเนินการและความต้องการของเกษตรกร สถานการณ์การส่งออกสมุนไพรในตลาดโลกในปี 2563 ทั่วโลกมีการส่งออกสินค้าพืชสมุนไพร (HS 1211) มูลค่ารวมทั้งสิ้น 3,526.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้า



พืชสมุนไพร อันดับที่ 40 ส่วนแบ่งมูลค่าการส่งออก 0.4% ส่วนสินค้าสารสกัดจากสมุนไพร (HS 1302) มูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 6,455.6 ล้านบาทหรือมูลค่าร้อยละ 1.1 โดยไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าสารสกัดจากสมุนไพร อันดับที่ 39 ส่วนแบ่งมูลค่าการส่งออก 0.2% ทั้งนี้ สินค้าสมุนไพรไทยยังมีโอกาสขยายตลาดได้อีกมาก

**นพ.ธิตี แสงธรรม** รองอธิบดีกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) เปิดเผยว่าหากประเทศไทยสามารถเป็นแหล่งปลูกสมุนไพรที่ได้มาตรฐานของภูมิภาคอาเซียน และมีช่องทางการจัดจำหน่ายวัตถุดิบสมุนไพรทั้งแบบสด และแปรรูปที่ได้คุณภาพมาตรฐาน จะสามารถพัฒนาเรื่องสมุนไพรเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และต่อยอดความเติบโตของอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศ อีกทั้งสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

**เฉลิมชัย ศรีอ่อน** รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กล่าวถึงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนสมุนไพรไทย 4 ด้าน ประกอบด้วย 1. การส่งเสริมผลิตผลของสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยนำหลักการตลาดนำการผลิตมาใช้ 2. การพัฒนาอุตสาหกรรมและตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากลเป็นที่ยอมรับของตลาดในการแปรรูปทุกผลิตภัณฑ์ 3. การส่งเสริมการใช้เพื่อการรักษาโรค เสริมสร้างสุขภาพ สร้างภูมิคุ้มกัน และ 4. การสร้างความเข้มแข็งทางการบริหาร และนโยบายภาครัฐเพื่อให้การขับเคลื่อนสมุนไพรเป็นไปอย่างยั่งยืน

**นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์** ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพสมุนไพรไทย จะต้องยึดหลัก BCG Model ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และต้องผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานและกฎเกณฑ์สากล ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานแรงงานที่ดี สินค้าต้องตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาได้ และปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย มีความปลอดภัย

คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) เตรียมปูทางประเทศไทยสู่ศูนย์กลางสมุนไพรโลก เปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับการเป็นศูนย์กลางสมุนไพรโลก นำผลิตภัณฑ์กัญชา และสมุนไพรต้านโควิด 19 มาจำหน่ายในเส้นทางท่องเที่ยวท่องเที่ยวนำร่องใน 4 เส้นทาง รวม 9 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี, สกลนคร, นครพนม, หนองคาย, เลย, หนองบัวลำภู, บึงกาฬ, นครราชสีมา, ปราจีนบุรี (อภัยภูเบศร) และบุรีรัมย์ (โนนมาลัยโมเดล)

### พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา สังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน



พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

**พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)** หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Schiffman and Kanuk. (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

Engel Kollat and Blackwell (1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Kotler, Philip (1999) Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

**พฤติกรรมผู้บริโภค** มีประโยชน์ทางการตลาด 5 ประการ ดังนี้

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง

**พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)** หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป



## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

### ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ชั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื่อสัตย์ ได้แก่ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ

- กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

- กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้ บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

**การสื่อสารการตลาด** สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงใคร่ขอแนะนำแนวความคิดของแมคคาร์ธี และเปอร์โรลท์ (Mc Carthy and Perreault.1993) ซึ่งได้



จัดลำดับชั้นความต้องการของผู้บริโภคไว้เป็น 4 ชั้นตอน คล้ายกับของมาสโลว์ เรียกว่า the PSSP hierarchy of needs ดังนี้

1) ความต้องการทางด้านสรีระวิทยา (P: physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งทุกคนจำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งได้แก่อาหาร น้ำ การพักผ่อน และเพศ ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่รุนแรงมากที่สุด เมื่อความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองในระดับที่พึงพอใจในระดับหนึ่งแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

2) ความต้องการความปลอดภัย (S: safety needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางด้านสรีระวิทยาได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ความต้องการความคุ้มครอง รวมถึงต้องการมีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ (ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีอาหารที่ถูกหลักอนามัย การมียารักษาโรค และการออกกกำลังกาย)

3) ความต้องการทางสังคม (S: social needs) เป็นความต้องการลำดับที่สาม เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว ในขั้นนี้จะเป็นการแสวงหาความรัก ความเป็นมิตร ต้องการสถานะทางสังคมที่เด่นเป็นศักดิ์ศรี และได้รับการยอมรับนับถือจากสังคม รวมถึงการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นในแวดวงของสังคมที่ดีอีกด้วย

4) ความต้องการส่วนบุคคล (P: personal needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด เป็นความต้องการที่จะบรรลุขั้นอัตตา หรือถือตนเองเป็นใหญ่ เป็นการแสวงหาความพอใจเพื่อตนเอง ซึ่งเป็นอิสระ ปลอดภัยต่อสิ่งที่ผู้อื่นคิดหรือกระทำ ตัวอย่างความต้องการใจขั้นนี้ได้แก่ ความภูมิใจใจตนเอง ความสำเร็จในชีวิต ความสนุกสนาน ความมีอิสรภาพ และความผ่อนคลาย

**การเรียนรู้จากพฤติกรรมหรือการกระทำ (behavioral learning)** บางตำราใช้ การเรียนรู้จากประสบการณ์ (experience learning) หมายถึง กระบวนการพัฒนาการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ โดยอัตโนมัติ อันเกิดจากผลการกระทำซ้ำๆ ซากๆ กระบวนการเรียนรู้ในลักษณะนี้เกิดจากปัจจัยตัวแปร 4 อย่างคือ แรงขับ (drive) สิ่งเร้า (cue) การตอบสนอง (response) และการเสริมแรง (reinforcement) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

**แรงขับ** คือ สิ่งกระตุ้นเร้าอันเกิดจากภายในร่างกาย จูงใจให้บุคคลกระทำหรือแสดงพฤติกรรม ตัวอย่างของแรงขับ เช่น ความหิว เป็นต้น

**สิ่งเร้า** คือ สิ่งกระตุ้นหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ผู้บริโภคได้รับการรับรู้หรือพบเห็นในสิ่งแวดล้อมทั่วไป เช่น เห็นผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือโฆษณาต่างๆ

**การตอบสนอง** คือ การกระทำอันเป็นความพยายามเพื่อทำให้แรงขับได้รับความพอใจ และการเสริมแรง คือ รางวัล (reward) หรือความพอใจที่ได้รับอันเกิดจากผลการกระทำ เพื่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคเกิดความหิว (แรงขับ) แล้วได้เห็นสิ่งกระตุ้น (ป้ายโฆษณา) ลงมือกระทำ (ซื้อแฮมเบอร์เกอร์) แล้วได้รับรางวัลหรือความพอใจจากผลการกระทำ (รสชาติแฮมเบอร์เกอร์ที่อร่อยมาก)

**การเสริมแรง (reinforcement)** หมายถึง การทำให้ผู้ทำพฤติกรรมเกิดความพึงพอใจ เมื่อทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งแล้ว เพื่อให้ทำพฤติกรรมนั้นซ้ำๆ อีก เช่น เมื่อนักเรียนตอบคำถามถูกต้อง ครูให้รางวัล (นักเรียนพอใจ) นักเรียนจะตอบคำถามอีกหากครูถามคำถามครั้งต่อไป การทำให้ผู้ทำพฤติกรรมเกิดความพึงพอใจทำได้โดยให้ตัวเสริมแรง (Reinforce)



**กลุ่มอ้างอิง** (reference groups) หมายถึง กลุ่มบุคคลทุกกลุ่มในสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของผู้บริโภค (Lamb, Hair and McDaniel.1992) กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มอ้างอิงโดยตรง (direct reference groups) และกลุ่มอ้างอิงโดยอ้อม (indirect reference group) กลุ่มอ้างอิงโดยตรง ได้แก่ กลุ่มซึ่งบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องกับสมาชิกโดยตรง ในลักษณะเผชิญหน้ากัน อันเป็นการสัมผัสกับชีวิตของกลุ่มบุคคลเหล่านี้โดยตรง กลุ่มที่เป็นสมาชิกเหล่านี้แยกออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มสมาชิกปฐมภูมิ (primary membership groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลกลุ่มเล็ก มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดสนิทสนม สม่่าเสมอ และเป็นกันเอง ได้แก่ (secondary membership groups) ได้แก่

**กลุ่มบุคคล กลุ่มใหญ่** ซึ่งบุคคลเข้าไปเป็นสมาชิกที่มีลักษณะเป็นทางการ เช่นสโมสร กลุ่มอาชีพ กลุ่มศาสนา เป็นต้น

**กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม** ได้แก่ กลุ่มซึ่งบุคคลมิได้เป็นสมาชิกโดยตรงในปัจจุบัน แต่ตนเองปรารถนาและใฝ่ฝันอยากเข้าไปร่วมเป็นสมาชิกด้วยในอนาคต กลุ่มอ้างอิงกลุ่มนี้เรียกว่า กลุ่มในฝัน (aspirational groups) ตัวอย่างเช่น เด็กนักเรียนวัยรุ่น อาจตั้งความหวังไว้ว่าสักวันหนึ่งตนจะได้มีโอกาสเข้าไปเล่นฟุตบอลทีมชาติไทย เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามยังมีกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม อีกกลุ่มหนึ่งเรียกว่า กลุ่มไม่พึงประสงค์ (nonoperational reference or dissociative groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลพยายามหลีกเลี่ยงไม่ต้องการเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย เพราะไม่ชอบพฤติกรรม และค่านิยมบางอย่างของกลุ่มนี้ เช่น กลุ่มอัมพาตวัยรุ่น และกลุ่มมิจฉาชีพต่างๆ เป็นต้น

**กลุ่มผู้นำทางความคิด (opinion leaders)** หมายถึง กลุ่มบุคคลในสังคมผู้ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บางอย่างโดยเฉพาะ หรือบางประเภท โดยการติดต่อพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อไหน ตราใดดีที่สุด หรือผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะ สามารถนำไปใช้อย่างไร (Schiff man and Kanuk, quoted in Kotler.1997) กลุ่มผู้นำทางความคิดมีอยู่ในสังคมทุกระดับชั้น บุคคลคนหนึ่งอาจจะสามารถเป็นผู้นำทางความคิดในผลิตภัณฑ์บางอย่าง และในขณะเดียวกันจะเป็นผู้ตามในประเภทอื่นๆ ก็อาจเป็นได้ ผู้นำทางความคิดอาจเป็นบุคคลที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก่อนบุคคลอื่น แล้วนำประสบการณ์ที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น ไปแจ้งให้ผู้อื่นรู้โดยการบอกต่อ (word-of-mouth communication) หรืออาจเป็นบุคคลผู้ซึ่งมีความโน้มเอียงที่อยากจะเป็นผู้นำทางความคิดในผลิตภัณฑ์และบริการบางอย่าง ซึ่งตนเองมีความรู้ และมีความสนใจ และจากความสนใจของเขาจึงเป็นตัวกระตุ้นให้แสวงหาข้อมูลจากสื่อมวลชน จากผู้ประกอบการผลิต และจากแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ และจะนำความรู้ที่ได้รับไปบอกกล่าว ถ่ายทอดให้กับผู้ใกล้ชิด หรือผู้ติดต่อด้วยอีกต่อหนึ่ง (Boone and Kurtz.1995) ผู้นำทางความคิดมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความคิด และพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเชื่อผู้นำทางความคิด มากกว่าเชื่อพนักงานขายหรือโฆษณา และมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ คล้อยตามคำแนะนำของผู้นำทางความคิด และในขณะเดียวกัน ผู้นำทางความคิดจะรู้สึกภาคภูมิใจที่ตนเองได้รับการยอมรับ ดังนั้นในการสื่อสารการตลาด หากผู้ทำการสื่อสารสามารถวิเคราะห์ และเลือกกลุ่มผู้นำทางความคิดได้อย่างถูกต้อง และทำการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มผู้นำทางความคิดได้อย่างเหมาะสม ก็จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างการสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

**วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (culture and subculture)** วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสุดท้ายทางด้านสังคม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค วัฒนธรรม หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของ



ความเชื่อ (beliefs) ค่านิยม (values) และวัตถุต่างๆ (objects) ที่สังคมใดสังคมหนึ่งมีส่วนร่วม และจะถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (Bovee, Houston and Thill.1995) กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ วัฒนธรรมเป็นมรดกของสังคม ที่สังคมสร้างขึ้นมานำมาใช้ช่วยพัฒนาชาติเวลาชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น

#### ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม มี 4 อย่าง คือ

1. วัฒนธรรมสามารถเรียนรู้กันได้
2. วัฒนธรรมรับมาใช้ร่วมกันได้โดยผ่านสถาบันทางสังคม (เช่น ครอบครัว วัด โรงเรียน และสื่อมวลชน)
3. วัฒนธรรมจะต้องได้รับการยอมรับการตอบสนองจากสังคมอย่างเหมาะสม
4. วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา (Engel, et al. quoted in Bovee, Houston and Thill.1995)

วัฒนธรรมของสังคมกลุ่มใหญ่สามารถแบ่งย่อยออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มเรียกว่า วัฒนธรรมย่อย โดยอาศัยฐานบางอย่างเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ (demographic characteristics) ภูมิภาค ความเชื่อทางการเมือง ความเชื่อทางศาสนา ชนชาติและเชื้อชาติต่าง ๆ เป็นต้น วัฒนธรรมย่อย (subculture or micro culture) อาจให้นิยามได้ว่า หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่มีลักษณะเหมือนกัน ชื่อเมืองประกอบบางอย่างร่วมกันกับวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่อันเป็นส่วนรวม แต่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่ (Lamb, Hair and McDaniel.1992) ในวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ จะมีทัศนคติ ค่านิยม และกิจกรรมปฏิบัติของคนในกลุ่มนั้น คล้ายคลึงกันมาก มากกว่าที่ปรากฏในวัฒนธรรมของคนกลุ่มใหญ่ ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทย ประกอบด้วย คนไทยหลายเชื้อชาติ เช่น คนจีน มอญ เขมร แขก อิสลามและฝรั่ง อาศัยอยู่กระจัดกระจายทั่วทุกภาคในประเทศ บุคคลเหล่านี้จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป คนไทยภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกัน ในด้านภาษาพูด การแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณี การประกอบอาชีพ และชีวิตความเป็นอยู่

การศึกษาทำความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย นำไปใช้ประโยชน์อย่างมาก ในทางการตลาด ทั้งในระดับประเทศ และระหว่างประเทศ เพราะวัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อยของสังคมที่ต่างกัน ย่อมนำไปสู่พฤติกรรมในการซื้อที่แตกต่างกันด้วย ทำให้นักการตลาดสามารถวิเคราะห์ตลาด แบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งสามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หรือการโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ตัวอย่างบริษัทที่ใช้แนวความคิด นำวัฒนธรรมไทยไปใช้ในการโฆษณาประสบความสำเร็จอย่างมาก เช่น สายการบินไทย โรงแรมโอเรียนเต็ล และบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ เป็นต้น และในการดำเนินงานการตลาดระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการกำหนดกลยุทธ์การโฆษณาระดับโลก (global advertising) การศึกษาทำความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อยของแต่ละประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งนับถือบูชา ภาษา สี และความเชื่อต่างๆ จำเป็นจะต้องศึกษาทำความเข้าใจอย่างแท้จริง เพราะมีฉะนั้นแล้ว อาจนำไปใช้สื่อความหมายที่ผิดพลาด กลายเป็นเรื่องขบขัน โกรธแค้นแก่ผู้รับสารโดยไม่รู้ตัว หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นบ่อยๆ ตัวอย่างเช่น ฝรั่งนำพระพุทธรูปไปใช้ในโฆษณา



### กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

พฤติกรรมผู้บริโภคมีส่วนสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และการวางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสารและการวางกลยุทธ์ ยุทธวิธีที่เหมาะสมที่สุด เป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาดและการสื่อสารการตลาดโดยองค์รวมที่มีเอกภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นพฤติกรรมทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ซื้อซ้ำ ระยะเวลาซื้อ และแบรนด์ที่แข็งแรง

### สรุป

การสื่อสารการตลาดเพื่อให้เกิดผลดี ผู้ทำหน้าที่การสื่อสารจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลักสำคัญของการสื่อสาร การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างดี อย่างน้อยที่สุดมีข้อได้เปรียบ 3 ประการ คือ

1. ช่วยลดความเสี่ยงให้น้อยลง
2. เพิ่มประสิทธิผลมากขึ้น
3. กระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

การขายโดยบุคคล เป็นงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบรรดางานการส่งเสริม อาจจะกล่าวได้ว่า การขายโดยบุคคล เป็นงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบันดาผลงานการส่งเสริมการตลาดทั้งหมด แต่ก็ เป็นวิธีที่สิ้นเปลืองมากที่สุด ทั้งยังมีปัญหาด้านบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย อยากแก่การควบคุมดูแล และยังบังคับบัญชาพนักงานให้พวกเขาปฏิบัติหน้าที่โดยเคร่งครัด และตามความสามารถ โดยเฉพาะการขายโดยตรงที่ใช้พนักงานขายจำนวนมากเป็นผู้ติดต่อขายสินค้าให้ผู้บริโภค รายสุดท้าย ผิดหลักการทั่วไป จึงนิยมขายสินค้าโดยผ่านช่องทาง การจำหน่าย อาศัยคนกลางเข้ามาทำหน้าที่จำหน่ายให้ผู้ผลิต โดยหันไปเน้น ที่โฆษณาและการส่งเสริมการขายเข้ามาเป็นเครื่องมือในการจูงใจผู้บริโภคให้ทำควมมาหาซื้อสินค้าตราของกิจการนั้นๆ มายังร้านค้าปลีก อันเรียกว่า “กลยุทธ์ดึง” ซึ่งโดยวิธีการ “ดึง” นี้ กิจการจะควบคุมพนักงานของตนได้ดีกว่า ทั้งในด้านคุณภาพของงาน ส่วนการที่กิจการเลือกใช้



ตำแหน่งงานขาย เป็นเครื่องมือสำคัญช่วยผลักดันสินค้าของกิจการเข้าสู่ร้านค้าและผลักดันให้ร้านค้ากระจายสินค้าเข้าสู่มือผู้บริโภครายสุดท้ายอีกทีหนึ่ง เราเรียกว่า "กลยุทธ์ผลึก" อย่างไรก็ตาม วิธีเลือกทั้งสองลักษณะทั้งผลึกและดิ่ง ได้นำมาใช้ประกอบกันเป็นส่วนมาก กล่าวคือ กิจการที่ใช้การขายโดยบุคคลเป็นหลัก ก็ต้องอาศัยโฆษณา และส่งเสริมการขาย เป็นการปูฐานเผยแพร่ชื่อ ตราสินค้า ทำความเข้าใจแก่ลูกค้าในข่าวสารที่ต้องการให้ลูกค้ารับรู้ไว้ก่อน เพื่อผ่อนแรงของนักขายลงได้มากในเวลาติดต่อไปเสนอขายสินค้าภายหลังการโฆษณานำทางไปแล้ว

นักการตลาดได้พัฒนาตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำความรู้ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ มาช่วยอธิบายหลายทฤษฎี เช่น ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของคอตเลอร์ และอาร์มสตรอง ได้นำทฤษฎีเรื่องสิ่งเร้ากับการตอบสนองมาช่วยอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยยึดถือแนวความคิดที่ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุ หรือสิ่งเร้าทำให้เกิด และจากสิ่งเร้าจะกลายเป็นแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น สิ่งเร้ามีสองส่วน คือ สิ่งเร้าทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และสิ่งเร้าที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวผู้บริโภค ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม เป็นต้น สิ่งเร้าเหล่านี้จะเป็นตัวนำเข้าสู่กล่องดำ (สมอง) ของผู้บริโภค ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อภายในสมอง หรือกล่องดำ ซึ่งมองไม่เห็น และจะแสดงผลออกมาเป็นพฤติกรรมตอบสนองที่มองเห็นได้ คือ การตัดสินใจซื้อ เลือกผลิตภัณฑ์ และเลือกตรา การจะพิชิตใจลูกค้าให้ได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ใช่ปัญหาที่แก้ไขไม่ได้ หากพนักงานขายคนใดมีความตั้งใจจริง มีความมานะพยายาม อดทนต่ออุปสรรคต่าง ๆ ความสำเร็จในการเอาชนะใจลูกค้าย่อมเกิดขึ้นได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องรอบรู้ในส่วนที่เกี่ยวกับอาชีพของตนเอง

## เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพมหานคร : สภาคณาจารย์แห่งประเทศไทย เพื่อการพัฒนา, 2538.

ยุดา รักไทย และธนิษานต มาฆะศิรินนท. การตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า. 2542.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, อดอาจ ปทะวานิช . กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ . 2541.

ผู้จัดการสุดสัปดาห์: แหล่งที่มา: <https://mgronline.com>.

Bovee, C.L., Houston, M.J., & Thill, J.V. **Marketing**. (2 nd ed.). London: McGraw-Hill. 1995.

Engel Kollat and Blackwell. **Consumer Behavior** : Dryden Pr. 1968.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. **Consumer behavior**. (5thed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall. 1994.

Kotler, Phillip. **Marketing management analysis**. New Jersey: Prentice Hall. 1999.

Lamb, Hair & McDaniel. **Principles of Marketing**. New Jersey: Cengage South-Western. 1992.



## ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคใน ตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก: จังหวัดพิษณุโลก

ผศ.ดร.ชำนาญ ทองเย็น  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received September 5, 2021, Revised November 4, 2021, Accepted December 1, 2021

### บทคัดย่อ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก วิกฤตการณ์ “โควิด-19” กับมาตรการล็อกดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม และแคมเปญ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” สะท้อนให้เห็นถึงการปะทะกันระหว่างระบบสุขภาพปฐมภูมิแบบรัฐ (State-primary care) กับฐานคิดเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง (Self-care) โดยการดูแลสุขภาพในระดับปัจเจกนี้ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความตระหนักรู้ที่สมดุระหว่าง การป้องกันโรคระบาดตามแบบรัฐ กับความสำคัญในการดูแลสุขภาพตนเอง เป็นการผสมผสานระหว่างพื้นที่ทางความคิด หรือ “จิตสำนึกใหม่” ตลาดนัดได้ปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตของคน

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ส่งผลกระทบต่อตลาดนัด ผู้ค้าออกมาสะท้อนปัญหาว่า เรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก ถือเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรเทาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ

**คำสำคัญ:** ปัจจัยทางการตลาด, พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค.

มจร



## Marketing Factors Affecting Consumer Buying Behavior in Phitsanulok Night Bazaar Market: Phitsanulok Province

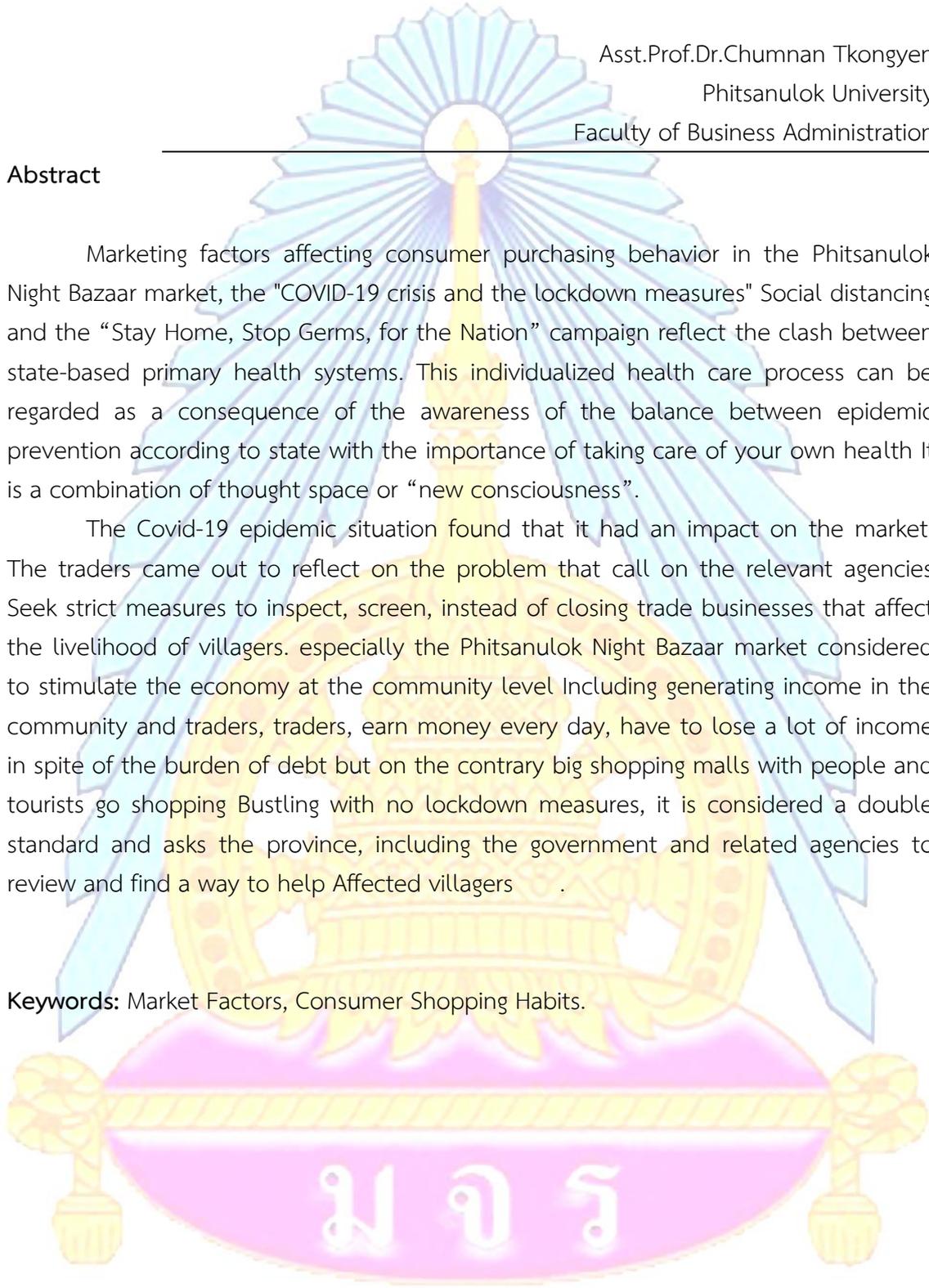
Asst.Prof.Dr.Chumnan Tkongyen  
Phitsanulok University  
Faculty of Business Administration

### Abstract

Marketing factors affecting consumer purchasing behavior in the Phitsanulok Night Bazaar market, the "COVID-19 crisis and the lockdown measures" Social distancing and the "Stay Home, Stop Germs, for the Nation" campaign reflect the clash between state-based primary health systems. This individualized health care process can be regarded as a consequence of the awareness of the balance between epidemic prevention according to state with the importance of taking care of your own health It is a combination of thought space or "new consciousness".

The Covid-19 epidemic situation found that it had an impact on the market. The traders came out to reflect on the problem that call on the relevant agencies Seek strict measures to inspect, screen, instead of closing trade businesses that affect the livelihood of villagers. especially the Phitsanulok Night Bazaar market considered to stimulate the economy at the community level Including generating income in the community and traders, traders, earn money every day, have to lose a lot of income in spite of the burden of debt but on the contrary big shopping malls with people and tourists go shopping Bustling with no lockdown measures, it is considered a double standard and asks the province, including the government and related agencies to review and find a way to help Affected villagers .

**Keywords:** Market Factors, Consumer Shopping Habits.





## บทนำ

ตลาดนัดสนามหลวงเปิดครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2491 ขณะที่จอมพล ป. พิบูลสงครามยังให้เปิดตลาดนัดขึ้นแทบทุกจังหวัด ปีต่อมาทางการต้องใช้พื้นที่สนามหลวงจึงย้ายตลาดนัดไปอยู่ในพระราชอุทยานสราญรมย์ ปรากฏว่าตลาดนัดยิ่งได้รับความนิยมสูงมาก ต่อมากระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเดิมทำการอยู่ที่พระราชวังสราญรมย์ ร้องเรียนกลั่นปลาเค็ม หอยดอง ปลาจ๋า ปลาเจ้า กะปิ น้ำปลา สารพัดกลั่นส่งไปถึงกระทรวง รวมถึงพันธุ์ไม้ก็เฉาตายไปมากเพราะการจัดการไม่ถูกสุขลักษณะ ราวน้ำร้อนบ้าง น้ำก่ำเตี้ยบ้าง น้ำล้างหม้อบ้าง ตลาดนัดอีกรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏขึ้นหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 คือ “เปิดท้ายขายของ” เป็นตลาดนัดที่นำสินค้ามือสองสภาพดีมาขายจนเป็นที่นิยม ใช้ท้ายรถเป็นร้านค้าวางสินค้า แต่ต่อมาก็ได้นำสินค้าใหม่มาขายด้วย และเลิกใช้ท้ายรถมาใช้แผงหรือราวแขวนอย่างเป็นทางการ ลักษณะ ตลาดนัดในช่วงหลังนี้ได้รับความนิยมและขยายจำนวนมากขึ้น ปรากฏตลาดนัดอยู่ทั่วทุกมุมเมือง โดยเฉพาะในย่านธุรกิจหรือใกล้สถานที่ราชการ เช่น ตลาดนัดข้างกระทรวงศึกษาธิการ ตลาดหลังสำนักงานการบินไทย ตลาดหลังตึกปตท. ตลาดซอยละลายทรัพย์ ตลาดข้างตึกเมืองไทยประกันชีวิต ฯลฯ ผู้ค้าอาจหมุนเวียนเปลี่ยนตลาดนัดไปเรื่อย ๆ อาจประจำอยู่ที่ตลาดนัดนี้แค่วันนี้ วันอื่นไปตลาดนัดที่อื่น ต่อมาก็ปรากฏรูปแบบของตลาดนัดแบบใหม่ คือการจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ เช่น อิมแพคเมืองทองธานี ไบเทคบางนา หรือศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อีกรูปแบบหนึ่งก็คือ “ถนนคนเดิน” หรือ Walking Street ที่ผสมผสานตลาดนัดเข้ากับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม เช่น งาน สามแพร่ง Facestreet หรืองาน Bangkok Design Week เป็นตลาดนัดศิลปะและวัฒนธรรม

ตลาดไนท์บาซาร์เทศบาลนครพิษณุโลกได้ก่อสร้าง และเปิดให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นแหล่งสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวสำหรับประชาชนตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน ตลาดนัดกลางคืน หรือที่เรียกอีกชื่อในกลุ่มสายซ้อปใน จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่บริเวณริมถนนติดลำน้ำน่านฝั่งตะวันออก เริ่มตั้งแต่ต้นสะพานเอกาทศรถ มีสินค้าหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นข้าวของเครื่องใช้ อาหาร บริการนวด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีประชาชนในระแวก และนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมมานั่งรับประทานอาหารพร้อมชมบรรยากาศริมแม่น้ำ ตลาดจะคึกคักประมาณช่วงเวลา 19.00 น. ถึง 23.00 น. อาหารของกินมีให้เลือกมากมาย หรือจะเดินซ้อปปิ้งก็ได้ บรรยากาศสบาย ๆ ไม่แออัดเกินไป

“ตลาด” มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น ตลาดน้ำ ตลาดบก ตลาดสด หาบเร่แผงลอย และโดยเฉพาะ “ตลาดนัด” ซึ่งอาจไม่แตกต่างกับตลาดทั่วไป แต่มีความพิเศษอยู่ที่การกำหนด “เวลา” ในการ “นัด” การซื้อขาย (ทรงสิริ วิชิรานนท์: 2556) ตามที่ราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของตลาดนัดไว้ว่า “ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่าง ๆ ซึ่งมีได้ตั้งอยู่ประจำ จัดให้มีขึ้นเฉพาะในวันหรือสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น” รูปแบบของตลาดนัดมีผู้อธิบายไว้ว่า “เหตุผลของการเกิดตลาดนัดเนื่องจากวิถีชีวิตของชาวไทยนั้นชอบอยู่กันเป็นหมู่คณะ และรักความสะดวกสบาย ไม่ชอบที่จะต้องเดินทางไปซื้อขาย แลกเปลี่ยนไกลบ้าน จึงทำให้เกิดกลุ่มคนที่นัดกันเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยจัดเป็นชุมนุมเพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งของหรือซื้อขาย ซึ่งต่อมาเรียกว่า ตลาดนัด” ตลาดนัดได้ปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตของคน ตามกาลสมัย ในปัจจุบันก็มีรูปแบบตลาดนัดออนไลน์ ซื้อขายสินค้ากันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก หรือเมื่อเร็ว ๆ นี้ ก็มีการสร้างกลุ่มในเฟซบุ๊ก เพื่อเสนอขายสินค้า



นานาชนิด ท่ามกลางวิกฤตการณ์ “โควิด-19” ที่ทำให้ตลาดนัดหยุดชะงัก แต่ตลาดนัดออนไลน์ได้ถือกำเนิดขึ้นมาแทน

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค

ตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ จะช่วยให้ผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

**กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553 : 90)** ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

**พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction)** ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

**พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges)** หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย(เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

**สวุฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู (2552 : 241)** ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

**ธนกฤต วันตะเมธ (2554 : 90)** พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

**ชูชัย สมितिไกร (2554 : 6)** พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ(Discard) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

การแลกเปลี่ยนทรัพยากรของผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนเกิดจากนักธุรกิจต้องการจะขายสินค้าหรือบริการของตน ส่วนผู้บริโภคก็ต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อมาใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเอง การแลกเปลี่ยนของผู้บริโภคไม่ใช่ใช้เงินเพียงแต่อย่างเดียว แต่จะใช้เวลา ความรู้ความเข้าใจดังต่อไปนี้

**เงินที่นำมาใช้จ่าย** เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนี้ รวมถึงรายได้ ทรัพย์สินสมบัติ เครดิต ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภคด้วย ดังต่อไปนี้



1) ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภค เกิดจากความคาดหวังในรายได้อันมาจากความมั่นคงในอาชีพ

2) รายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ถ้ามีรายได้มากต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น และถ้ามีรายได้น้อย ผู้บริโภคต้องการเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น

3) ทรัพย์สินสมบัติ เกิดจากทรัพย์สิน หักด้วยหนี้สินทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นทรัพย์สินสมบัติสามารถนำไปใช้จ่ายในการแสวงหาดอกเบี้ย หรือใช้จ่ายไปกับเครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การบันเทิง การท่องเที่ยว การใช้จ่ายประเภทนี้จะมากกว่าบุคคลที่มีฐานะต่ำกว่า

4) เครดิต เป็นหลักฐานที่เชื่อถือได้ที่ใช้ทางการเงิน มักประกอบด้วยความเสี่ยงมีเกียรติยศ มีบุญบารมี มีตำแหน่งที่สูงศักดิ์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ สามารถนำมาใช้ในการซื้อหาสินค้า หรือบริการได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ เครดิตจึงมีต้นทุนที่จะต้องนำมาหักกับทรัพย์สิน

เวลา มีความสำคัญต่อการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเวลาส่วนใหญ่ของผู้บริโภคต้องไปใช้กับการทำงาน การเดินทาง ในครอบครัวปัจจุบันสมาชิกทั้งครอบครัวต้องออกไปทำงาน การมีเวลาใช้จ่ายใช้สอยก็ลดลงตามไปด้วย ถ้าพิจารณาเรื่องเวลาแล้ว สามารถวิเคราะห์ได้ว่าบุคคลต้องใช้เวลาไปกับการทำงาน การนอน การพักผ่อน เช่น การดูหนังฟังเพลง ท่องเที่ยว ฯลฯ การใช้ชีวิตนี้เรียกว่า การดำเนินชีวิตของมนุษย์ Life Style ปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคต้องทำงานมากขึ้น เวลาพักผ่อนจึงน้อยลง นักธุรกิจจึงหาโอกาสขายสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้นๆ ด้วยการปรับกลยุทธ์การให้ข่าวสาร หรือการโฆษณา ให้เป็นเสมือนการให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วยสินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการซื้อประกอบด้วย

1) ใช้เวลามากหรือใช้ตลอดเวลา กับการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อบริการเพื่อการพักผ่อนมากกว่า เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นกีฬา ท่องเที่ยว ฯลฯ มักเป็นไปตามความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

2) ใช้เวลาน้อยกับการซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มเวลาพักผ่อนของผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยการซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่ขายตามบ้าน ขายทางอินเทอร์เน็ต ขายทางจดหมายขาย หรือซื้อสินค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

ผู้บริหารตลาด ปรับตัวสร้างแรงกระตุ้นชักจูงให้ผู้ตามกลุ่มมีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นให้ เกิดจากกิจกรรมหลายอย่างจากการซื้อ ดังนี้ โลกออนไลน์ หรือการจัดแสดงสินค้า หรือเพื่อนแนะนำให้ซื้อ และใช้สรรหาข้อมูลจากการเยี่ยมชมร้านค้าด้วยการพูดคุย หรือถกปัญหาเกี่ยวกับพนักงานขายในร้านค้า หรือพูดคุยในการตลาด หรือถกปัญหาเกี่ยวกับเพื่อน ๆ ประเมินทางเลือกโดยตอบปัญหาในหัวข้อต่อไปนี้คือซื้อสินค้าอะไร ที่ไหน เมื่อใด วิธีใด ใช้ตราอะไร สินค้าชนิดไหน จากผู้ขายรายใด และต้องจ่ายเงินอย่างไรตัดสินใจซื้อด้วยการตกลงในรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน สถานที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการปฏิบัติหลังการซื้อ ทดลองใช้สินค้า จัดการเกี่ยวกับที่เก็บรักษาสินค้า การบำรุงรักษา จัดการเตรียมซื้อในครั้งต่อไป อีกครั้ง

## ปัจจัยทางการตลาด

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อ และขายสินค้าทั้งในรูปของวัตถุและบริการสำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนดโดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียง



ที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใดก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้นตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม (สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553) ประชากรมีส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของตลาด ดังนั้นนักการตลาดควรได้ศึกษาสภาพลักษณะทุกประการของการจัดการจัดจำหน่าย และองค์ประกอบของประชากร ในการวิเคราะห์การบริหารการตลาดควรพิจารณาถึงลักษณะที่สำคัญของประชากร เช่น ความต้องการท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งจะมีผลกระทบต่อส่วนองค์ประกอบของตลาดสำหรับสินค้าหรือบริการของเขาเป็นอันดับแรก ธุรกิจตลาดนัดเกิดขึ้นมากมาย บางรายก็ประสบความสำเร็จล้มเหลว คนซื้อหนาคนขายแน่น บางรายเปิดตลาดนัดได้ไม่นานก็ต้องปิดไป

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องศึกษา และหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการเพื่อป้องกันความผิดพลาดหรืออาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันในอนาคตและเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

#### สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมี 2 ประเภท คือ

สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ คือ สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายในกิจการถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่กิจการสามารถควบคุมได้พัฒนาให้ดีขึ้นได้

#### สภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วย

- 1) โครงสร้างองค์การเป็นแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์การเพื่อใช้ในการแสดงขอบเขตอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกงานการจัดโครงสร้างองค์การที่เหมาะสมจะทำให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) การตลาดเป็นตัวเชื่อมระหว่างธุรกิจ และลูกค้ารวมไปจนถึงคู่แข่งชั้นดั่งนั้นกิจการจะต้องให้ความสนใจการตลาดในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาด
- 3) การเงินเป็นเรื่องของการจัดสรรเงินทุนเพื่อลงทุนในการทำธุรกิจโดยได้รับผลกำไรสูงสุดดั่งนั้นกิจการจะต้องมีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้มีสภาพคล่องทางการเงินและเพิ่มความแข็งแกร่งมั่นคงให้กับธุรกิจ
- 4) การวิจัย และพัฒนาเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนำเอาผลิตภัณฑ์เก่ามาปรับปรุงให้มีคุณภาพดีขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในวงการผลิตทำให้กิจการสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 5) การผลิต และการดำเนินงานเป็นการนำเอาวัตถุดิบมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าตามผลิตที่มีประสิทธิภาพรวมถึงการจัดตั้งโรงงานการจัดซื้อวัตถุดิบการควบคุมการผลิตและการคงเหลือเพื่อทำให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด
- 6) การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการจัดบุคคลให้เหมาะสมกับงานเพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายของธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบรรดาทรัพยากรทั้งหลาย “คน” ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดดั่งนั้นกิจการจึงควรให้ขวัญกำลังใจจัดสวัสดิการยกย่องชมเชยซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนางานทำให้กิจการเจริญเติบโตยิ่งขึ้น



**ที่ดินเปล่า** เป็นหนึ่งในอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยม ด้านการทำเงินแบบจับเสือมือเปล่ามานานแล้ว เพราะสินทรัพย์ที่สามารถเพิ่มค่าได้ดี ต้นทุนในการถือครองต่ำ เมื่อซื้อหรือถือครองไว้แล้วภาระและค่าใช้จ่ายในการดูแลและการบริหารจัดการจะมีน้อยมาก จนแทบเรียกว่าไม่มีเอาเลยก็ได้หนึ่งในการทำให้ที่ดินเปล่ามีประโยชน์ หรือมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ที่เทรนด์กำลังมา ก็คือ “การทำตลาดนัด-ตลาดสด” เพราะกำลังเป็นที่นิยมกันมาก เช่น ตลาดกลางคืน ตลาดไนท์ ตลาดรถไฟ ตลาดอินดี้ ฯลฯ ที่มีผู้คนให้ความสนใจมาก เพราะตลาดแบบลานโล่ง ใช้เงินลงทุนน้อยและมีความเสี่ยงต่ำ อีกทั้งทำง่ายและใช้งบลงทุนไม่มาก เนื่องจากไม่เน้นความหรูหรา แต่เน้นความสะดวก พื้นเทพูน ไฟสว่าง เพื่อป้องกันปัญหาวิงวราว สำหรับทำเลก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของเจ้าของ และผู้เดินตลาด เพราะอย่างไรเสีย หากมีตลาดเกิดขึ้น แม้แต่ทางที่ไม่มีทางเดินรถประจำทาง แต่ก็ไม่ควรห่างมากจนเกินไป เพราะจะเน้นความสะดวกสบาย เดินทางสะดวก และมีที่จอดรถรองรับ เมื่อถือเป็นชุมชนตลาดขึ้นมาแล้ว ผู้คนก็อาจจะให้ความสนใจจับจ่ายซื้อของกันมากก็เป็นได้ อาจจะไม่จำเป็นต้องอยู่ใจกลางเมือง

**การลงทุนทำตลาดนัด** การลงทุนมี 2 แบบหลักด้วยกัน คือ การลงทุนบนที่ดินเปล่าของตัวเอง หรือดำเนินการบนที่ดินของคนอื่น (เช่าที่ดิน)

- เริ่มต้นจากการสำรวจพื้นที่ที่เหมาะสม ดูทำเลที่เป็นลานดินว่าสามารถพัฒนาได้หรือไม่ แล้วค่อยตกลงเจรจากับผู้ถือครองที่ดิน

- ตกลงกับผู้ถือครองที่ดิน เน้นทำธุรกิจร่วมและแบ่งผลตอบแทนจากการเช่าแผงค้าและส่วนอื่นร่วมกัน และต้องตกลงเรื่องค่าใช้จ่ายของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน เน้นมาข้อตกลงเรื่องนี้สำคัญมากที่สุดเพื่อป้องกันปัญหาที่ตามมา

- สำรวจพื้นที่ในการทำตลาดจะสามารถวางแผงได้ประมาณกี่แผง ซึ่งการทำแผงนั้นคือต้องวัดพื้นที่ทั้งหมดก่อน แล้วค่อยมาจัดวางผัง กำหนดรูปแบบสินค้าว่าควรอยู่ตรงไหนบ้าง แยกหมวดหมู่ให้ชัดเจน เช่น แผงค้าควรมีขนาด กว้าง 3 เมตร ยาว 3.50 เมตร และแบ่งช่องทางเดินให้ผู้มาจับจ่ายด้วย

- เมื่อจัดแผงค้าได้แล้ว ก็มาดูเรื่องของวันเวลาที่เปิดขาย ซึ่งการกำหนดวันเวลาที่เปิดขายนั้น จะดูจากชีวิตประจำวันของในท้องที่ และเคล็ดลี้ลับก็จะต้องมีกำหนดเปิดขายตามเวลานั้นๆเป็นประจำ เพื่อให้คนจำได้ เช่น วันศุกร์-อาทิตย์ ช่วงเย็น , วันจันทร์-อังคาร ช่วงเย็น , วันพุธ-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. หรือจะเปิดให้บริการตลอด 7 วัน แต่จะต้องมีสินค้าแตกต่างกันไปในแต่ละวันเพื่อสร้างความโดดเด่นของตลาด

- ประชาสัมพันธ์ แค่ว่าแผ่นพับ หรือขึ้นป้ายโฆษณาให้สะดุดตา รวมไปถึงการทำการตลาดแบบออนไลน์ เช่น การเปิดเพจประชาสัมพันธ์ตลาด การประชาสัมพันธ์ร้านเด็ดที่อยู่ในตลาด ซึ่งจะสอดคล้องกับเทรนด์การใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

**ด้านเศรษฐกิจ (Economic)** มีผลต่อธุรกิจทั้งทางตรง และทางอ้อมถ้าเศรษฐกิจดีผู้บริโภคมีเงินจับจ่ายใช้สอยสินค้าขายดีถ้าเศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยลงธุรกิจขายสินค้าได้น้อยลงขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนเพราะสถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่ออา ผลให้ธุรกิจต้องขาดทุนหรือเลิกกิจการ ดังนั้นนักธุรกิจจึงต้องให้ความสนใจในเรื่องอัตราดอกเบี้ยอัตราเงินเฟ้อดัชนีตลาดหลักทรัพย์การลงทุนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อจะได้ปรับตัวเตรียมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะถึงแม้เศรษฐกิจจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้แต่สามารถคาดคะเนได้การเตรียมความพร้อมจะทำให้ความเสี่ยงน้อยลง การทำธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเพราะฉะนั้นกิจการจะต้องหาทางแก้ไขป้องกันไว้



ล่วงหน้าเพื่อมิให้เกิดความเสียหายจนกระทั่งไม่สามารถแก้ไขได้ดังนั้นในการเขียนแผนธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการทำแผนสำรองหรือที่เรียกกันว่าแผนฉุกเฉินไว้

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทบตลาดนัด ตัวแทนผู้ค้า ออกมาสะท้อนปัญหาว่า ต้องการเรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก ถือเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรดาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่ มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ

มาตรการดังกล่าวที่เรียกร้อง และขอความร่วมมือให้ประชาชนหยุดอยู่บ้าน ซึ่งถูกทำให้เป็น “เรื่องที่พึงกระทำเพื่อช่วยชาติ” ได้ส่งผลให้เกิด ระยะห่างทางชนชั้น (Class distancing) โดยมาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตในระดับน้อยมากสำหรับกลุ่มชนชั้นกลาง หรือกลุ่มผู้มีรายได้ ที่สามารถหยุดอยู่บ้านได้ และเมื่อพิจารณาลงลึกไปถึงระดับกิจกรรมการใช้ชีวิตระหว่างการกักตัวตาม มาตรการดังกล่าวแล้ว จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นลักษณะกิจกรรมสันทนาการ เพื่อความสนุก เพื่อความบันเทิง หรือเป็นการทำงานที่บ้านโดยใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งล้วนแล้วแต่สะท้อนถึงรสนิยมของชนชั้นกลางตามฐานคิดแบบลัทธิบริโภคนิยม (Consumerism)

มาตรการดังกล่าวนั้นก็กลับทำให้กลุ่มชนชั้นล่าง กลุ่มคนจน หรือกลุ่มคนหาเช้ากินค่ำต้อง ประสบการปัญหาการดำเนินชีวิตอย่างหนักมากกว่าคนในฐานะอื่นๆ ที่เป็นผลมาจาก “การไม่ถูกนับรวม” (Exclusion) ให้อยู่มาตรการดังกล่าว หรือพูดอีกทางหนึ่งได้ว่า “ความเหลื่อมล้ำ” ทั้งในทางเศรษฐกิจ และในเชิงการเมืองมีส่วนร่วมในตัวเอง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนยากจนต้องดิ้นรนในช่วงเวลาที่ไวรัสระบาดอย่างหนัก ทั้งจากปัญหาด้านการเข้าถึงระบบสาธารณสุข และด้านปากท้องที่ต้องหาหนทางดิ้นรน เพื่อประทังชีวิตอยู่ต่อไปในช่วงเวลาที่ยากลำบากเช่นนี้ หลากหลายอาชีพที่ไม่สามารถหยุดทำงานเพื่ออยู่บ้านได้ รวมถึงกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับผลกระทบ ต้องขาดรายได้จาก มาตรการปิดเมือง ปิดห้างร้าน หรือสถานประกอบการจำนวนมาก ตลอดจนต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะกลายเป็นผู้ติดเชื้อโรคโควิด-19 เพราะต้องออกไปทำมาหากินในทุกๆ วัน ตลอดจนยังต้องเสี่ยงที่จะต้องได้รับค่าตอบแทนในฐานะของคนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และบรรทัดฐานใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นและกลายเป็นกลุ่มผู้มีสถานะรองในที่สุด

## สรุป

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดตลาดไนท์บาซาร์พิษณุโลก วิฤตการณ์ “โควิด-19 กับมาตรการล็อกดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม และแคมเปญ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” สะท้อนให้เห็นถึงการปะทะกันระหว่างระบบสุขภาพปฐมภูมิแบบรัฐ (State-primary care) กับฐานคิดเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง (Self-care) โดยการดูแลสุขภาพในระดับปัจเจกนี้ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความตระหนักรู้ที่สมดุระหว่าง การป้องกันโรคระบาดตามแบบรัฐ กับความสำคัญในการดูแลสุขภาพตนเอง เป็นการผสมผสานระหว่าง พื้นที่ทางความคิด หรือ “จิตสำนึกใหม่” เข้ากับกลไกเชิงอำนาจของรัฐ โดยกลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์



บาศาจารย์พิชญ์โลก ได้เรียนรู้ และตระหนักถึงอำนาจของตนเอง ผ่านความสำคัญของการดูแลสุขภาพของตัวเอง เพื่อให้เพื่อบรรลุเป้าหมายใหม่ในชีวิตในฐานะของการเป็นกลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก ที่ต้องการขายของ เพื่อหารายได้ ซึ่งภาวะการเจ็บป่วยจะเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้พวกเขาไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตได้ วิธีคิด และจิตสำนึกใหม่นี้ ทำให้กลุ่มผู้ค้าในตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของตนเอง ซึ่งการดูแลตนเองเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่บุคคลริเริ่ม และกระทำเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองในการดำรงชีวิต บนพื้นฐานของความต้องการมีสุขภาพแข็งแรง และมีความเป็นอยู่ที่ดี และเมื่อมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ก็สามารถขายของได้ และเมื่อขายของได้ ก็จะทำให้มีรายได้ เพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้ต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็ถือว่าเป็นการต่อรองเพื่ออยู่ร่วมกับอำนาจของรัฐได้อย่างแยบยลอีกในลักษณะหนึ่ง

การดำเนินชีวิตในสังคมในปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคต้องทำงานมากขึ้น เวลาพักผ่อนจึงน้อยลง นักธุรกิจจึงหาโอกาสขายสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้นๆ ด้วยการปรับกลยุทธ์การให้ข่าวสาร หรือการโฆษณา ให้เป็นเสมือนการให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วย สินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการซื้อประกอบด้วย สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทบตลาดนัด ตัวแทนผู้ค้าออกมาสะท้อนปัญหาว่า ต้องการเรียกร้องให้หน่วยงานเกี่ยวข้อง หามาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบคัดกรอง แทนการปิดธุรกิจ การค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะตลาดตลาดไนท์บาศาจารย์พิชญ์โลก ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน รวมถึงการสร้างรายได้ ในชุมชน และบรรเทาพ่อค้า แม่ค้า มีรายได้ ทุกวัน ต้องขาดรายได้หนัก ทั้งที่มีภาระหนี้สิน แต่ในทางตรงกันข้าม บรรดาห้างใหญ่ ที่มีประชาชน นักท่องเที่ยว เข้าไปจับจ่ายซื้อของ คึกคักกับไม่มีมาตรการสั่งปิด ถือว่า เป็นสองมาตรฐาน และขอให้ ทางจังหวัด รวมถึง รัฐบาล และหน่วยงานเกี่ยวข้อง ทบทวน หาแนวทางช่วยเหลือ ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบการสร้างรายได้ในชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- กัลป์ยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2551.
- ชูชัย สมितिไกร. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- นภวรรณ คณานุรักษ์, พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซี วี แอลการพิมพ์ จำกัด, 2556.
- ทรงสิริ วิชิรานนท์. พัฒนาการตลาดนัด. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร. ปีที่ 7 : ฉบับที่ 1. (มีนาคม, 2556)
- ธนกฤต วันตะเมธ. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. 2554. [ออนไลน์].  
<https://doctemple.wordpress.com>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2552.
- สุวัฒน์ ศิริสินันต์, และภาวนา สนวนพล. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค. 2552. [ออนไลน์]. <https://doctemple.wordpress.com>.



## นโยบายการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการ สำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนคร

ผศ.ดร.ธวัชชัย สมอเนื่อ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Received September 20, 2021, Revised October 12, 2021, Accepted November 27, 2021

### บทคัดย่อ

การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการ สำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนครได้มาจากความร่วมมือของทั้งสถาบันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม บทบาทของรัฐที่สำคัญนั้น รัฐเป็นผู้มีบทบาทในการวางรากฐาน และรักษากฎระเบียบต่างๆ การสร้างธรรมาภิบาลของรัฐต้องอาศัยระบบการจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ มีภาระรับผิดชอบภายใต้กฎหมาย และนโยบายที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ดังนั้นรัฐจะต้องมีการปฏิรูประบบราชการ เพื่อปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และรับผิดชอบภายใต้กรอบของกฎหมาย จุดมุ่งหมายในการสร้างธรรมาภิบาลของภาครัฐนั้น จะต้องปฏิรูปการบริหารจัดการให้ถูกต้องตามหลักเหตุผล และหน้าที่ มีระบบความรับผิดชอบต่อเงินที่มีประสิทธิภาพมาใช้ และให้มีความโปร่งใสในการของภาครัฐให้มีความทันสมัย

การนำหลักธรรมาภิบาลทำให้องค์การสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานได้ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการควบคุมติดตาม และตรวจสอบ โดยมีประชาชนหรือองค์การภายนอกมีส่วนร่วม ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายแก่การบริหารองค์การ เพราะการสร้างธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์การ เป็นการสร้างสำนึกที่ดีในการบริหารงาน จัดระบบที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามสำนึกที่ดี ในเรื่องของการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สิ้นเปลือง การติดตามการทุจริต ความโปร่งใส โดยคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานในหน่วยงานของรัฐนั้น จะเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง

**คำสำคัญ:** นโยบายการปฏิบัติงาน, หลักธรรมาภิบาล

มจร



## Operational policy on good governance of civil servants Municipality Local Registration Office

Asst.Prof.Dr.Thawatchai Samornuea  
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

### Abstract

Operations in accordance with the principles of good governance of government officials The City Municipality's Local Registration Office is obtained through the cooperation of both the public, private and civil society institutions. The important role of the state the state plays a role in laying the foundation. And maintain rules Building good governance of the state requires an effective government management system. Have responsibilities under the law and policies that are transparent and verifiable Therefore, the state has to reform the bureaucratic system. To improve the management system to be effective and responsible within the framework of the law the aim of creating good governance in the government sector is Management must be reformed in accordance with rationale and duties, and an efficient financial accountability system is in place. And to have transparency in the state government to be up-to-date

The adoption of good governance allows the organization to increase the efficiency of management. It is also a mechanism for controlling, monitoring and auditing with the participation of people or outside organizations. This is to prevent damage to the management of the organization. Because of the creation of good governance in the organization it creates a good sense of management. Establish a system that supports the practice of good sense. in terms of effective management not wasted Fraud monitoring, transparency, taking into account those involved who will be affected Because those who are affected by the performance of the government agency will be directly related to the people.

**Keywords:** operational policy, good governance

มจร



## บทนำ

ความคาดหวังของประชาชนในการแก้ไขปัญหาของภาครัฐมีสูงขึ้น ประกอบกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 76 “รัฐพึงพัฒนาระบบการบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่น ให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีรวมทั้งพัฒนาเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีทัศนคติเป็นผู้ให้บริการประชาชนให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ไม่เลือกปฏิบัติและปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ” ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580) ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยให้ภาครัฐยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม จึงจำเป็นต้องบริหารจัดการโดยเน้นหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen Centric) มีการทำงานที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงติดกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน (Open and Connected Government) มีขีดสมรรถนะสูง และทันสมัย (Smart & High Performance Government)

Good governance หรือธรรมาภิบาลถูกนำเสนอตั้งแต่ช่วงปลาย ทศวรรษ 1990 และต้น 2000 ซึ่งเป็นช่วงที่การพัฒนาในระดับโลกขยับจากความสนใจเรื่องการพัฒนาให้ตลาดทำงานได้อย่างเต็มที่ (Get the Price Rights) มาเป็นการให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงสถาบันกฎกติกาและการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ (Get the Institutions Right) (John M. Staatz 1998) ช่วงนี้เองที่ประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการจัดการกับเรื่องคอร์รัปชันและการมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโปร่งใส และมีความรับผิดชอบถูกยกขึ้นมาเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาเพราะถูกมองว่าสถาบันที่ไม่มีปัจจัยเหล่านี้กำลังเหนี่ยวรั้งการพัฒนาในประเทศต่างๆ ธรรมาภิบาลจึงถูกนำเสนอขึ้นมาเพื่อเป็นหลักการให้หน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ นำไปปฏิบัติ

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน สังคมไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันท้าทายทั้งจากภายใน และภายนอกที่สั่งสมจากการพัฒนาที่ไม่สมดุลและก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ การทุจริตคอร์รัปชัน กระแสการขับเคลื่อนประเทศ Thailand 4.0 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของเทคโนโลยีดิจิทัล (Disruptive Technology) ทำให้เกิดปัญหาต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ความล่าช้าในการปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง ต่างๆ ที่กำลังเคลื่อนเข้ามาอย่างรวดเร็ว

## ความสำคัญของธรรมาภิบาลต่อการบริหารงานภาครัฐ

การส่งเสริมให้เกิดการสร้างธรรมาภิบาลนั้น มาจากความร่วมมือของทั้งสถาบันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม บทบาทของรัฐที่สำคัญนั้น คือ รัฐเป็นผู้มีบทบาทในการวางรากฐาน และรักษากฎระเบียบต่างๆ การสร้างธรรมาภิบาลของรัฐนั้นจำเป็นต้องอาศัยระบบการจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ มีภาระรับผิดชอบภายใต้กฎหมาย และนโยบายที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐจะต้องมีการปฏิรูประบบราชการ เพื่อปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และรับผิดชอบภายใต้กรอบของกฎหมาย ซึ่งจุดมุ่งหมายในการสร้างธรรมาภิบาลของภาครัฐนั้น จะต้องพยายามปฏิรูปการบริหารจัดการให้ถูกต้องตามหลักเหตุผล และหน้าที่ มีระบบความ



รับผิดชอบด้านการเงินที่มีประสิทธิภาพมาใช้ และให้มีความโปร่งใสในการปฏิบัติงานยกระดับความชำนาญของภาครัฐให้มีความทันสมัย เป็นต้น ส่วนบทบาทขององค์การภาคเอกชนและบทบาทของประชาสังคม ที่มีต่อการสร้างธรรมาภิบาล คือ การรวมตัวกันของสาธารณชนในการต่อต้านการทุจริต และการประพฤตินิชอบ โดยรัฐควรมีการหามาตรการที่จะกระตุ้นให้เกิดการตระหนักถึงการทำความผิดจรรยาบรรณ

### การประยุกต์ใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหาร

การบริหารงานในรูปแบบของธรรมาภิบาลนั้น จะเน้นที่การเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มั่นคง ไม่ล้มละลาย ไม่เสี่ยงต่อความเสียหาย พนักงานมีความมั่นใจในองค์การว่าสามารถปฏิบัติงานในองค์การได้ในระยะยาว การนำธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารนั้น เพื่อให้องค์การมีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากสังคม ปัจจุบันการบริหารงานในภาครัฐได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก ในเรื่องของความโปร่งใสในการดำเนินงาน ดังนั้นการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในหน่วยงานของรัฐ ก็เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธาว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทุจริต คอร์รัปชันของหน่วยงานภาครัฐจะลดลง ซึ่งสิ่งที่จำเป็นในการบริหารงานของหน่วยงานในภาครัฐ ได้แก่

1. ภาระรับผิดชอบตรวจสอบได้
2. ความโปร่งใส
3. การปราบปรามการทุจริต และการประพฤตินิชอบ
4. การสร้างการมีส่วนร่วม
5. การสร้างกรอบทางกฎหมาย และกระบวนการยุติธรรม
6. การตอบสนองที่ทันการ
7. ความเห็นชอบร่วมกัน
8. ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
9. ความเสมอภาค และความเกี่ยวข้อง

### แนวคิดทฤษฎีว่าด้วยการปกครองส่วนท้องถิ่น

**วิศิษฐ์ ทวีเศรษฐ (2549 , หน้า 415)** ได้ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่นไว้ว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การจัดระเบียบการปกครองตามหลักการกระจายอำนาจปกครอง (Decentralization) โดยรัฐหรือรัฐบาลกลางมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นไปดำเนินการปกครองตนเอง และจัดทำบริการสาธารณะบางอย่างเพื่อสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น โดยมีอิสระตามสมควรภายในขอบเขตของกฎหมาย การ มอบอำนาจให้ท้องถิ่นนี้ ทำให้สภาพการปกครองตนเอง หรือการปกครองตนเองในท้องถิ่น (local self-government)

**อนงก์ เหล่าธรรมทัศน์ (2543, หน้า 3-4)** ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่นไว้ว่าการเมืองการปกครองท้องถิ่นว่าเป็นระบบเปิด ไม่ ใช้ระบบปิด เป็นระบบที่ พัวพันกับการเมืองระดับชาติ มีอาจแยกมันออกจากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคได้ คนไทยส่วนใหญ่ต้องการการปกครองท้องถิ่นมากขึ้นแต่เมื่อไม่ มีการปกครองท้องถิ่นที่ มีอำนาจหรือบทบาทเพียงพอพวกเขาจึงเอาการปกครองส่วนกลางและส่วนภูมิภาคไประดมทรัพยากรท้องถิ่นมากขึ้นในประเทศไทยแม้การ ปกครองท้องถิ่นนับวันจะเป็นที่น่าสนใจของประชาชนทุกปี

**โกวิท พวงงาม ( 2550, หน้า 416)** ได้ให้ความหมายของการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นว่า หมายถึง การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจการต่างๆ



ที่เป็นสาธารณะของท้องถิ่นด้วย ตนเองตามภารกิจหน้าที่ ที่ระบุให้ ดำเนินการอย่างชัดเจนมีผู้บริหารที่ได้รับเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนหรืออาจจะได้รับความเห็นชอบจากสภาท้องถิ่น ซึ่งมีการใช้หลักการกระจายอำนาจให้กับประชาชนโดยตรงเป็นการมอบอำนาจให้แก่ ท้องถิ่นและท้องถิ่นในฐานะผู้รับมอบอำนาจ จะต้องมีความรับผิดชอบต่อการดำเนินการ และการตัดสินใจของตนเอง

## องค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล

ธรรมาภิบาลกับบริบทการบริหารประเทศตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน และการกำกับดูแลองค์การตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี อันจะนำไปสู่การพัฒนาทาง และพัฒนาคนให้เป็นอย่างดีถูกต้องเหมาะสม และส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อความสุขอย่างยั่งยืนของประชาชน

**ธรรมาภิบาล** หมายถึง การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี เป็นแนวทางสำคัญในการจัดระเบียบให้สังคมรัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งครอบคลุมถึงฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายราชการ และฝ่ายธุรกิจ สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข มีความรู้สึกสามัคคีและร่วมกันเป็นพลัง ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นส่วนเสริมความเข้มแข็งหรือสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประเทศ เพื่อบรรเทาป้องกันหรือแก้ไขเยียวยาภาวะวิกฤติ ภัยอันตรายที่หากจะมีมาในอนาคต เพราะสังคมจะรู้สึกถึงความยุติธรรม ความโปร่งใส และความมีส่วนร่วม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข สอดคล้องกับความเป็นไทย รัฐธรรมนูญ และกระแสโลกยุคปัจจุบัน (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมือง และสังคมที่ดี พ.ศ.2542)

1. หลักนิติธรรม ได้แก่ การตรากฎหมาย กฎ ข้อบังคับต่างๆ ให้ทันสมัย และเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของสังคม ไม่เลือกปฏิบัติ และสังคมยินยอมพร้อมใจปฏิบัติตามกฎหมายและกฎข้อบังคับเหล่านั้น โดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมาย มิใช่ตามอำเภอใจ หรือตามอำนาจของตัวบุคคล

2. หลักความโปร่งใส ได้แก่ การสร้างความไว้วางใจซึ่งกัน โดยมีการให้และการรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นจริง ทันการณ์ ตรงไปตรงมา มีที่มาที่ไปที่ชัดเจนและเท่าเทียม มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนได้

3. หลักการมีส่วนร่วม ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้ และร่วมคิด ร่วมเสนอความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศในด้านต่างๆ เช่น การแจ้งความเห็น การไต่สวนสาธารณะ การประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการร่วมตรวจสอบ และร่วมรับผิดชอบต่อผลของการกระทำนั้น

4. หลักความรับผิดชอบต่อตรวจสอบได้ ได้แก่ ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้เป็นการสร้างกลไกให้มีผู้รับผิดชอบ ตระหนักในหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมือง และกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง และความกล้าที่จะยอมรับผลจากการกระทำของตน

5. หลักความคุ้มค่า ได้แก่ การบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม



6. หลักคุณธรรม ได้แก่ การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม สำนึกในหน้าที่ของตนเอง มีความซื่อสัตย์สุจริต จริ่งใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย และเคารพในสิทธิของผู้อื่น

### 1. ความรับผิดชอบตรวจสอบได้

ความรับผิดชอบ คือ บุคคล องค์กร และผู้ที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจ ซึ่งหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารงานภาครัฐ ต้องมีการระดมความคิดเห็นต่อสาธารณะเกี่ยวกับการกระทำ กิจกรรม หรือการตัดสินใจใดๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณะ ความรับผิดชอบที่กล่าวมา หมายถึง การเปิดเผยข้อมูล การมีความยุติธรรม ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความเสมอภาค และตรวจสอบได้ โปร่งใส และดำเนินการภายใต้กรอบของกฎหมาย

### 2. ความโปร่งใส

ความโปร่งใส หมายถึง ความโปร่งใส หมายถึง การตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ อยู่บนกฎระเบียบชัดเจน การดำเนินงานของรัฐบาลในด้านนโยบายต่างๆ นั้น สาธารณะชนสามารถรับทราบ และมีความมั่นใจได้ว่า การดำเนินงานของรัฐบาลนั้นมาจากความตั้งใจในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายของนโยบาย

### 3. การปราบปรามทุจริตและการประพฤติมิชอบ

การที่องค์กรภาครัฐใช้อำนาจหน้าที่ หรือการแสวงหาผลประโยชน์ในทางส่วนตัว เหล่านี้ถือเป็นการทุจริต และการประพฤติมิชอบทั้งต่อองค์กรภาครัฐเอง และองค์กรในภาคเอกชน การปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน และการทำให้เกิดความโปร่งใสรวมไปถึงการปฏิรูประบบราชการ จะเป็นเครื่องมือในการปราบปรามการฉ้อฉล และเสริมสร้างธรรมาภิบาล

### 4. การสร้างการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้กับประชาชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจดำเนินนโยบาย มีส่วนร่วมในการควบคุมการปฏิบัติงานของสถาบัน การมีส่วนร่วมจะก่อให้เกิดกระบวนการตรวจสอบ และเรียกร้องในกรณีที่เกิดความสงสัยในกระบวนการทำดำเนินงานของรัฐได้เป็นอย่างดี

### 5. การมีกฎหมายที่เข้มแข็ง

ธรรมาภิบาลมีพื้นฐานการดำเนินการอยู่บนกรอบของกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีการให้ความเสมอภาคเท่าเทียม และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย มีกฎหมายที่เข้มแข็ง มีการระบุงการลงโทษที่ชัดเจน และมีผลบังคับใช้ได้จะเป็นสิ่งที่จะช่วยพัฒนาระบบการปกครอง เพื่อป้องกันการละเมิดหรือฝ่าฝืนการมีระบบกฎหมายที่ดีจะส่งเสริมการปกครองตามหลักนิติธรรม

### 6. การตอบสนองที่ทันการ

ธรรมาภิบาล หมายถึง การให้การตอบสนองที่ทันการต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในเวลาที่ทันการ

### 7. ความเห็นชอบร่วมกัน

สังคมที่ประกอบด้วยบุคคลที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ธรรมาภิบาลจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานความต้องการที่แตกต่าง ให้อยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนรวม และขององค์กรเป็นหลัก



### 8. ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในหลักธรรมาภิบาลนั้น ต้องการให้มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และคุ้มค่า

### 9. ความเสมอภาคและความเกี่ยวข้อง

หลักธรรมาภิบาลจะเน้นให้บุคลากรทุกคนในองค์กร รู้สึกมีส่วนร่วมหรือรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร บุคคลสามารถมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในกิจกรรมหลักที่จะช่วยสร้างความเติบโตให้กับหน่วยงาน



ที่มา: <https://www.sdgmovement.com>.

### ธรรมาภิบาลกับการบริหารงานภาครัฐ

การใช้หลักธรรมาภิบาลทำให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานได้ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการควบคุมติดตาม และตรวจสอบ โดยมีประชาชนหรือองค์กรภายนอกมีส่วนร่วม ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายแก่การบริหารองค์กร เพราะการสร้างธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กร เป็นการสร้างสำนึกที่ดีในการบริหารงาน และการทำงานในองค์กร และจัดระบบที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามสำนึกที่ดี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สิ้นเปลือง การติดตามการทุจริต ความโปร่งใส โดยคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานในหน่วยงานของรัฐนั้น จะเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง

#### วัตถุประสงค์การดำเนินงานที่สำคัญของสำนักปลัดเทศบาล

สำนักปลัดเทศบาล มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับราชการทั่วไปของเทศบาล และราชการที่มีได้กำหนดเป็นหน้าที่ของสำนัก กอง หรือส่วนราชการใดในเทศบาลโดยเฉพาะ รวมทั้งกำกับและเร่งรัดการปฏิบัติราชการของส่วนราชการในเทศบาลให้เป็นไปตามนโยบาย แนวทาง และแผนการปฏิบัติราชการของเทศบาล

สำนักปลัดเทศบาลเป็นส่วนราชการระดับสำนักมีวัตถุประสงค์ดังนี้



เพื่อให้การดำเนินงานด้านฝ่ายอำนวยการ ได้แก่ งานการเจ้าหน้าที่ งานควบคุมเทศพาณิชย์ งานพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝ่ายปกครอง ได้แก่ งานทะเบียนราษฎร งานบัตรประจำตัวประชาชน งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย งานรักษาความสงบเรียบร้อยและมั่นคง และฝ่ายบริหารงานทั่วไป ได้แก่ งานธุรการ งานการประชุมและพิธีกร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล และมีการปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบาย ระเบียบ กฎหมาย พระราชบัญญัติ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง (สำนักปลัดเทศบาล, <https://roietmunicipal.go.th>) ดังนี้

#### สำนักปลัดเทศบาล ประกอบด้วย

1. ฝ่ายอำนวยการ
  - งานการเจ้าหน้าที่
  - งานควบคุมเทศพาณิชย์
  - งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. ฝ่ายปกครอง
  - งานทะเบียนราษฎร
  - งานบัตรประจำตัวประชาชน
  - งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
  - งานรักษาความสงบเรียบร้อยและมั่นคง

1. ฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่ควบคุมดูแลและรับผิดชอบการปฏิบัติงานในหน้าที่ของงานการเจ้าหน้าที่ งานควบคุมเทศพาณิชย์ งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

##### 1.1 งานการเจ้าหน้าที่ มีหน้าที่เกี่ยวกับ

- (1) งานบริหารงานบุคคลของพนักงานเทศบาลและลูกจ้าง
- (2) งานบรรจุแต่งตั้ง โอน ย้าย และเลื่อนระดับ
- (3) งานสอบแข่งขัน สอบคัดเลือก และการคัดเลือก
- (4) งานทะเบียนประวัติและบัตรประวัติพนักงานและลูกจ้าง
- (5) งานปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคล
- (6) งานประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี
- (7) งานขออนุมัติปรับปรุงตำแหน่งและอัตราค่าจ้าง
- (8) งานพัฒนาบุคลากร เช่น การฝึกอบรม สัมมนา การศึกษา และดูงาน การลาศึกษา

ต่อ การขอรับทุนการศึกษา

- (9) งานสวัสดิการพนักงาน/ลูกจ้าง การให้บำเหน็จความชอบกรณีพิเศษ
- (10) งานการลาพักผ่อนประจำปีและการลาอื่นๆ
- (11) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

##### 1.2 งานควบคุมเทศพาณิชย์ มีหน้าที่เกี่ยวกับ

- (1) การจัดตั้งเทศพาณิชย์
- (2) การตรวจสอบ รายงาน ควบคุมและดูแลกิจการเทศพาณิชย์
- (3) งานประสานงานเกี่ยวกับกิจการเทศพาณิชย์กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (4) งานวิเคราะห์ปรับปรุงเทศพาณิชย์
- (5) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย



2. ฝ่ายปกครอง มีหน้าที่ควบคุมดูแลและรับผิดชอบการปฏิบัติงานในหน้าที่ของงานทะเบียนราษฎร งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และงานรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง

2.1 งานทะเบียนราษฎร มีหน้าที่เกี่ยวกับ

- (1) งานตามพระราชบัญญัติการทะเบียนราษฎร
- (2) งานจัดเตรียมการเลือกตั้งและดำเนินการเลือกตั้ง
- (3) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

2.2 งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีหน้าที่เกี่ยวกับ

(1) งานรักษาความปลอดภัยของสถานที่ราชการ  
 (2) งานป้องกันและระงับอัคคีภัย  
 (3) งานวิเคราะห์และพิจารณาทำความเข้าใจสรุป รายงาน เสนอแนะ รวมทั้งดำเนินการด้านกฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย ธรรมชาติ และสาธารณภัยอื่นๆ เช่น อุทกภัย วาตภัย

(4) งานตรวจสอบ ควบคุมดูแลในการจัดเตรียมและอำนวยความสะดวกในการป้องกันและบรรเทาและระงับสาธารณภัยต่างๆ

- (5) งานจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- (6) งานฝึกซ้อมและดำเนินการตามแผน
- (7) งานเกี่ยวกับวิทยุสื่อสาร
- (8) งานการฝึกอบรมอาสาสมัครป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- (9) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3 งานรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง มีหน้าที่เกี่ยวกับ

(1) งานตรวจสอบและจัดระเบียบในตลาดสด หาบเร่ แผงลอย รวมทั้งกิจการค้าที่นำรังเกียจ และอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(2) งานควบคุมตรวจสอบและดำเนินการให้เป็นไปตามเทศบัญญัติ ข้อบังคับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(3) งานศึกษาและวิเคราะห์ข่าวเพื่อเสนอแนะวางแผนหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงแห่งชาติ

(4) งานประสานงานกับจังหวัดและอำเภอในการรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง

- (5) งานมวลชนต่างๆ เช่น การฝึกอบรมลูกเสือชาวบ้าน ฯลฯ

(6) งานตรวจมาตราชั่ง ตวง วัด ตาม พรบ. มาตราชั่ง ตวง วัด พ.ศ. 2542 รวมทั้งอำนาจในการให้คำรับรองเครื่องชั่ง ตวง วัด

- (7) งานอนุญาตให้จัดตั้งสถานบริการ โรงแรม และเล่นการพนัน
- (8) งานออกไปสั่งการกระทำผิดตาม พรบ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522

(9) งานเปรียบเทียบปรับตาม พรบ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ข้อบัญญัติท้องถิ่น และพรบ. ต่างๆ

- (10) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย



3. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ควบคุมดูแล และรับผิดชอบการปฏิบัติงานในหน้าที่ของงาน  
ธุรการ สารบรรณ งานเลขานุการคณะผู้บริหาร งานรัฐพิธี

### 3.1 งานธุรการ มีหน้าที่เกี่ยวกับ

(1) งานสารบรรณของเทศบาล  
(2) งานดูแลรักษา จัดเตรียม และให้บริการเรื่องสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ การติดต่อและ  
อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ

(3) งานประชุมสภาเทศบาล คณะเทศมนตรี และพนักงานเทศบาล  
(4) งานสาธารณกุศลของเทศบาล และหน่วยงานต่างๆ ที่ขอความร่วมมือ  
(5) งานตรวจสอบ แสดงรายการเกี่ยวกับเอกสารสำคัญของทางราชการ  
(6) งานขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ เหรียญจักรพรรดิมาลา และผู้ทำ  
คุณประโยชน์

(7) งานเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

(8) งานจัดทำคำสั่งและประกาศของเทศบาล

(9) งานรับเรื่องราวร้องทุกข์และร้องเรียน

(10) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

### 3.2 งานเลขานุการผู้บริหาร มีหน้าที่เกี่ยวกับ

(1) งานทะเบียนประวัติและบัตรประวัติคณะเทศมนตรี สมาชิกสภาเทศบาล  
(2) งานในกิจการทั่วไปของคณะผู้บริหาร เลขานายกเทศมนตรี และที่ปรึกษา  
นายกเทศมนตรี

(3) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

### 3.3 งานรัฐพิธี มีหน้าที่เกี่ยวกับ

(1) งานร่วมกิจกรรมในงานรัฐพิธีต่างๆ

(2) งานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

ประเด็นท้าทาย อยู่กับการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม และระบบคุณค่า โดยปลูกฝังให้เกิดธรรมาภิบาลในทุกกระดับ ไล่ตั้งแต่ ธรรมาภิบาลระดับปัจเจกบุคคล ธรรมาภิบาลระดับครอบครัว ไปจนถึงธรรมาภิบาลใน 4 ภาคส่วนสำคัญ ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ในขณะที่ กฎหมายเป็น “Rule-based” ธรรมาภิบาลจะเป็น “Norm-based” ซึ่งทั้งสองส่วนจะทำหน้าที่ที่เสริมซึ่งกันและกัน นำพาบ้านเมืองไปสู่ความเป็น “ปกติสุข” คือ

- ธรรมาภิบาลทางการเมือง (Political Governance)
- ธรรมาภิบาลการบริหารภาครัฐ (Bureaucratic Governance)
- ธรรมาภิบาลภาคธุรกิจ (Corporate Governance)
- ธรรมาภิบาลภาคสังคม (Social Governance)

**การปกครองส่วนท้องถิ่น** หมายถึง การที่รัฐบาลกลางได้ยินยอมมอบอำนาจ และกระจายอำนาจบางส่วนหรือทั้งหมดไปให้ประชาชนในท้องถิ่น ดำเนินการบริหาร และปกครอง ตนเอง เพื่อให้การบริการแก่ ประชาชนในท้องถิ่น เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว และมี ประสิทธิภาพ โดยใช้งบประมาณและเจ้าหน้าที่ของตนเอง แต่รัฐบาลยังอาจสงวนอำนาจอย่างความหมายของการ



ปกครองส่วนท้องถิ่น (local government) ถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่เป็นพื้นฐานการพัฒนาประเทศและการปกครองในระบบประชาธิปไตย และมีความสำคัญต่อการปกครอง และการบริหารราชการแผ่นดิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนท้องถิ่นที่มีสภาพปัญหาสังคม วัฒนธรรมความเป็นอยู่ และทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกัน ลำพังเพียงรัฐบาลกลางในฐานะที่ต้องดูแลประชาชนโดยรวมทั่วประเทศ ย่อมไม่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างทั่วถึง และตรงตามความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการเรียกร้องของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นต้องการมีส่วนร่วมในการปกครอง และพัฒนาท้องถิ่นของตนเองมาอย่างยาวนาน ทำให้รัฐบาลในหลายประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองแบบกระจายอำนาจ (decentralization) มากขึ้น เพื่อให้สิทธิแก่ ชุมชนในการตัดสินใจดำเนินภารกิจของท้องถิ่น และถือเป็นสถาบันฝึกปฏิบัติการปกครองในระบบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

## สรุป

การบริหารจัดการ (governance) เป็นหนึ่งในประเด็นที่สำคัญสำหรับการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนประเด็นนี้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเด็นที่เรียกว่า means of implementation หรือ วิธีการดำเนินการ เพื่อบรรลุ SDGs ความหมายของคำว่า governance มีหลายความหมาย unscap เสนอว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจและกระบวนการนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Sheng, n.d.) นักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อมอย่าง (Kooiman and Bavinck 2005) เสนอว่ามันคือกระบวนการบรรลุเป้าหมายทางสังคมหนึ่งๆ ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่นกลุ่มต่าง ๆ และระหว่างผู้เล่นกับกติกาที่กำกับปฏิสัมพันธ์นั้น นอกจากนี้ คำว่า governance ยังสื่อไปในทางที่ว่า การบริหารจัดการต้องมีมากกว่ารัฐ หรือ governance แต่ต้องมองในภาพที่ภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีบทบาทในการบรรลุเป้าหมายด้วย

นโยบายการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนคร ส่งผลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อเสถียรภาพทางการเมือง และทางเศรษฐกิจก็จะเกิดขึ้น ความมั่นคงก็จะตามมาในทำนองเดียวกับคุณธรรมจริยธรรม สังคมที่มีแต่ละภาคส่วนมีธรรมาภิบาลของตนเอง จะเสริมสร้าง “สังคมแห่งความเชื่อมั่น” หรือ “Society with Trust” ขึ้น กฎหมายอาจไม่ต้องเข้มมากระบบการตรวจสอบอาจไม่ต้องเข้มมาก ผิดกับสังคมที่คุณธรรมจริยธรรมเสื่อมทราม และธรรมาภิบาลอ่อนแอ เพื่อไม่ให้เกิดการล้มครืนลงของระบบ กลายเป็น “รัฐที่ล้มเหลว” สังคมนั้นต้องมีกฎหมายที่เข้มขึ้น และมีระบบการตรวจสอบที่เข้มงวดโดยปริยาย การสร้างธรรมาภิบาลในทุกภาคส่วน จึงเป็นอีกหนึ่ง “การลงทุนทางสังคม” ที่คุ้มค่า ควรให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ในทุกภาคส่วน

มจร



## เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการ. บ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อสาธิตศึกษาดินแดน. 2545.
- โกวิท พวงงาม. การปกครองท้องถิ่นไทย : หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์วิญญูชน. จำกัด. 2550.
- วิศิษฐ์ ทวีเศรษฐ. การเมือง การปกครองไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2549.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) / สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานฯ, 2562.
- เอนก เหล่าธรรมทัศน์. วิสัยทัศน์การปกครองท้องถิ่นและแผนการกระจายอำนาจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดีแอลเอส. 2543.
- สำนักปลัดเทศบาล, <https://roietmunicipal.go.th>
- John M. Staatz, Carl K. Eicher. 1998. "Agricultural Development Ideas in Historical Perspective." In International Agricultural Development, edited by John M. Staatz Carl K. Eicher, Third, 8–38. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- World Bank. Governance and Development. Washington, D.C.: World Bank Publication. 1992.
- Sheng, Yap Kioe. n.d. "What Is Good Governance?" UNESCAP. <https://www.unescap.org/sites/default/files/good-governance.pdf>.





## การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสถานการณ์ปัจจุบัน

ร.ต.อ.โชติวรวิทย์ ชัชชัยยากิตต์\*

Received September 9, 2021, Revised October 20, 2021, Accepted November 5, 2021

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้การบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้ เข้าใจ และทำงานที่มีความฉลาดเหมือนมนุษย์ได้ดี หรือบางครั้งดีกว่าที่มนุษย์ทั่วไปจะสามารถทำได้ ทำให้งานบางอย่างที่ซ้ำซาก และต้องจัดการกับข้อมูลต่างๆ อย่างมหาศาล กลายเป็นงานอัตโนมัติ คอมพิวเตอร์จะเริ่มจดจำใบหน้าผู้ใช้งานได้ และซอฟต์แวร์ต่างๆ เริ่มเรียนรู้ ทำนายนิสัย และความต้องการของเราได้จากข้อมูลที่ถูกเก็บไว้ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ กลายเป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่ร่วมและทำงานกับมนุษย์ในอนาคต ทำให้เราทำงานได้ดีขึ้น เร็วขึ้น สะดวกขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความวิตกกังวลในการที่เทคโนโลยีเหล่านี้จะเข้ามาทดแทน ทำให้คนบางกลุ่มลดบทบาทและความสำคัญลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวของภาครัฐที่นำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปเพิ่มพลังให้สามารถบริการประชาชนได้ดีขึ้น เร็วขึ้น ง่ายขึ้น โดยการประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐมีจุดเริ่มต้นที่ดีในการทำความเข้าใจและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านี้ไปใช้ อันจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการเปลี่ยนผ่านของกระบวนการภาครัฐเข้าสู่บริการอันชาญฉลาด เพื่อให้ตอบสนองการบริหารงานและการบริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

**คำสำคัญ:** เทคโนโลยี, ปัญญาประดิษฐ์, การบริหารจัดการ

\* นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



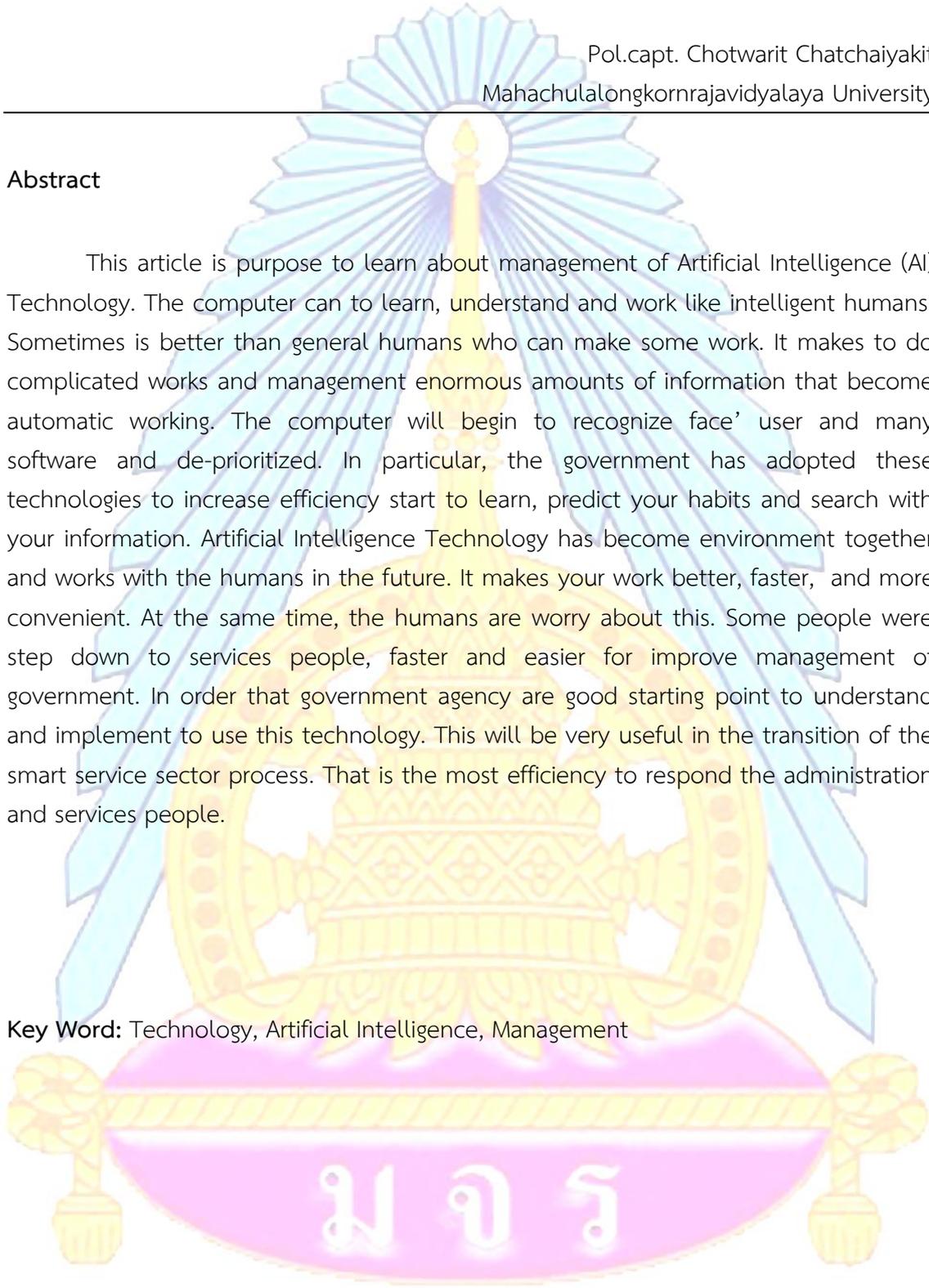
## Management of Modern Government with Artificial Intelligence (AI) in the Current Situation

Pol.capt. Chotwarit Chatchaiyakit  
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

### Abstract

This article is purpose to learn about management of Artificial Intelligence (AI) Technology. The computer can to learn, understand and work like intelligent humans. Sometimes is better than general humans who can make some work. It makes to do complicated works and management enormous amounts of information that become automatic working. The computer will begin to recognize face' user and many software and de-prioritized. In particular, the government has adopted these technologies to increase efficiency start to learn, predict your habits and search with your information. Artificial Intelligence Technology has become environment together and works with the humans in the future. It makes your work better, faster, and more convenient. At the same time, the humans are worry about this. Some people were step down to services people, faster and easier for improve management of government. In order that government agency are good starting point to understand and implement to use this technology. This will be very useful in the transition of the smart service sector process. That is the most efficiency to respond the administration and services people.

**Key Word:** Technology, Artificial Intelligence, Management





## บทนำ

ในสถานการณ์วิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ช่วงปี ค.ศ. 2019 – 2021 ถือว่าเป็นวิกฤตครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้น ท่ามกลางกระแสดิจิทัล โดยเฉพาะ ปัญญาประดิษฐ์หรือเอไอ (AI) ที่กำลังเป็นกระแสนิยมในขณะนี้ วิกฤตในครั้งนี้ เราจะเห็นโอกาสและทางเลือกมากมายที่เกิดจาก AI ที่กระตุ้นให้เราทำความรู้จัก เรียนรู้ และทดลองใช้ เพื่อเสริมความสามารถของเราให้ก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างชาญฉลาดอย่างมีนัยสำคัญ การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่จะมุ่งพิจารณาถึงแนวคิดใหม่ๆ ในการจัดการภาครัฐ ซึ่งแต่ละประเทศต่างมีประสบการณ์ที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามแนวคิดในการที่จะปรับตัวจัดการภาครัฐตามแนวทางใหม่ได้แพร่กระจายไปทั่วโลก ซึ่งได้ปรับแนวคิดในการจัดการภาครัฐ ด้วยการปฏิรูปภาครัฐ หรือ การปฏิรูประบบราชการ (Public Sector Reform) กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารภาครัฐ ในอดีตส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจประสบปัญหาสำคัญ คือ เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง แต่ประสิทธิภาพต่ำ (High costs , Low efficiency) ดังนั้น เป็นโอกาสในการนำความสามารถของ AI ทำให้ลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น โดยการนำ AI มาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนางานและให้บริการประชาชนอย่างรวดเร็ว ทันโลก และมีประสิทธิภาพอย่างที่สุด

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI)

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เป็นเทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักร และคอมพิวเตอร์ ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือ ทางสถิติ เพื่อสร้างซอฟต์แวร์ที่แก้ปัญหาที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จดจำ แยกแยะ ให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ เป็นต้น ในบางกรณีอาจไปถึงขั้น เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ในปี 2019 หนึ่งใน การระบาดครั้งร้ายแรงที่สุดในประวัติศาสตร์มนุษยชาติได้เกิดขึ้น และเป็นอีกครั้งที่การเรียนรู้เทคโนโลยี AI กลับมาเป็นกระแสนิยมอย่างกว้างขวางอีกครั้ง ในทุกอุตสาหกรรม การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ส่งผลกระทบต่อหลายด้าน ทั้งภาคธุรกิจ และการใช้ชีวิตของประชาชน แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็เป็นตัวเร่งให้ได้ศึกษา และพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์กันมากขึ้น เพราะมนุษย์จำเป็นต้องมี เครื่องมือที่จะใช้รับมือกับโรคระบาดอื่น ๆ ซึ่งมีแนวโน้มร้ายแรงยิ่งขึ้นในอนาคต วิกฤตทางสุขภาพครั้งนี้ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และกำลังขยายตัวเป็นขนาดของวิกฤตที่ไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ ส่งผลกระทบต่อทุกภูมิภาค และทุกประเทศทั่วโลก ในช่วง 3 เดือนแรกของการระบาด ประเทศจีน เป็นประเทศที่ได้ชื่อว่ามีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจกับตัวเลขการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในไตรมาสแรกถดถอยลดลงถึงร้อยละ 6.8 สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ส่วนเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป ก็หดตัวสูงสุดในรอบ 14 ปีที่ผ่านมา ในบางประเทศเศรษฐกิจหดตัวสูงมากถึงร้อยละ 20 ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชาติอย่างเลี่ยงไม่ได้ การระบาดครั้งนี้ให้ บทเรียนสำคัญกับโลก ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพหนึ่งเดียว (One World One Health) ทุกประเทศต้อง บูรณาการข้อมูลเพื่อร่วมฝ่าวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน การเปลี่ยนผ่านสู่โลกดิจิทัล (Digital Transformation) ซึ่ง COVID – 19 เป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับตัวแบบก้าวกระโดดของดิจิทัล (Leapfrog Digitalization) เพื่อให้การเชื่อมโยงทางดิจิทัลเป็นไปอย่างสมบูรณ์ สามารถผลักดัน



เศรษฐกิจ และสังคมให้ไปต่อได้ในช่วงเวลานี้ ความยืดหยุ่นของซัพพลายเชน (Supply Chain Resilience) ก็เป็นอีกหนึ่งบทเรียนสำคัญ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ทำให้แต่ละหน่วยงานต้องหาทางรับมือ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการแบบลีน หรือการกระจายความเสี่ยง โดยเฉพาะการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การลงทุนทางสังคม (Social Investment) ให้เป็นการลงทุนที่มุ่งประสงค์ (Purposeful) ให้เกิดผลดีแก่สังคม พร้อมให้ตรวจสอบ (Accountable) เอาใจใส่ (Respectful) และมีจริยธรรม (Ethical) เพื่อรับมือกับวิกฤตและความเสี่ยงระดับโลก

จากเหตุการณ์นี้ ปัญญาประดิษฐ์พิสูจน์แล้วว่า จะเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ประเทศไทยข้ามผ่านวิกฤตการณ์ระดับโลกครั้งนี้ไปได้ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ของเทคโนโลยี AI ประมวลผลออกมาเป็นข้อมูลเชิงลึก เพิ่มประสิทธิภาพงาน และเข้าถึงความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น ในช่วงการระบาดนี้ เราได้เห็นการเกิดขึ้นของข้อมูลจำนวนมหาศาล นั้นตามมาด้วยความจำเป็นต้องเรียนรู้ และใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ให้เท่าทันโลก เท่าทันรัฐบาลของประเทศต่างๆ รวมถึงศูนย์รับผิดชอบด้านสุขภาพทั่วโลก มีการแบ่งปันข้อมูลเพื่อบูรณาการข้อมูลทั่วโลก การเติบโตของจำนวนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก มีเอกสารเกี่ยวกับ COVID – 19 มากกว่า 28,000 ฉบับ ถูกตีพิมพ์ขึ้นในเดือนเมษายน 2020 มีเครื่องมือค้นหาเฉพาะที่ขับเคลื่อนโดยอัลกอริทึมการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) ทำให้การเข้าถึงของข้อมูลเป็นเรื่องง่ายขึ้นด้วยเทคโนโลยี AI นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาโซลูชัน AI ที่จะช่วยจัดการปัญหาทางการแพทย์อื่นๆ อีกจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น โรคมะเร็ง ซึ่งปัจจุบันการพัฒนาได้รับผลกระทบชั่วคราวเนื่องจากทรัพยากรถูกนำไปใช้เพื่อรับมือกับ COVID – 19 แทน ส่วนในปี 2021 มีแนวโน้มที่เราจะได้เห็นการนำ AI มาใช้ในแขนงการแพทย์ด้านอื่นด้วย ด้วยการพัฒนาความสามารถในการนำชุดข้อมูลทั่วโลกแบบเรียลไทม์ขนาดใหญ่ มาประยุกต์ใช้การแก้ไขปัญหาด้วย Machine Learning ทำให้เราสามารถตรวจพบการแพร่ระบาดได้ง่ายขึ้น การติดต่อ และติดตามผู้ติดเชื้อทำให้เราสามารถวินิจฉัยโรคได้แม่นยำ การผลิตวัคซีนก็สามารถพัฒนาได้ไปพร้อมๆ กับวิวัฒนาการของไวรัส COVID – 19 แบบเรียลไทม์

วิถีชีวิต การทำงาน และการเข้าถึงสังคมของมนุษย์ ได้รับผลกระทบอย่างมาก จากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ในปี 2021 เราได้เห็นยอดขายของ Amazon ในช่วงไตรมาสที่สองของปี 2020 เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เพราะแม้แต่ผู้ที่ไม่สนใจการซื้อของออนไลน์ ก็ต้องถูกบังคับให้ต้องใช้บริการช่องทางซื้ออย่างเลี่ยงไม่ได้ เครื่องมือ และแพลตฟอร์ม AI ที่มีอยู่แล้ว จะช่วยให้แต่ละธุรกิจเข้าใจวิถีที่ลูกค้าปรับตัวเข้ากับเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่นี้ องค์กรที่ตามหลังในการใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อการค้า ต้องตระหนักถึงความเร่งด่วนของสถานการณ์ และนำวิธีการของโลกยุคใหม่เข้ามาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรม หรือการปรับเปลี่ยนองค์กรของตัวเองให้ทันสถานการณ์ เครื่องมือที่ช่วยให้แต่ละธุรกิจเข้าถึงเทคโนโลยีนี้ด้วยตนเองได้จะแพร่หลายมากขึ้นตลอดปี 2021 เนื่องจากองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางต่างก็ต้องการสร้างความได้เปรียบเทียบในการแข่งขันด้วยกันทั้งสิ้น ในวิกฤตครั้งนี้ มีการใช้โดรนในเขตอำนาจศาลหลายแห่ง รวมถึง สหรัฐอเมริกา เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ ที่จะใช้โดรนเพื่อตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หรือไม่ โดรนประเภทนี้มีความสามารถในการตรวจจับอาการ Covid-19 จากการวัดอุณหภูมิในบุคคล นำข้อมูลจากกล้องบนโดรนมาวิเคราะห์ข้อมูล และแจ้งให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลท้องถิ่นได้ทราบถึงสถิติ และความน่าจะเป็นเกี่ยวกับการแพร่กระจายของไวรัส การเติบโตที่เกี่ยวข้องของอีกประการหนึ่ง คือการใช้เทคโนโลยีจดจำใบหน้า โดยอัลกอริทึมการมองเห็นด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งยังเป็นที่



ถกเถียงกัน เนื่องจากวิธีนี้มุ่งเน้นไปที่การระบุตัวบุคคลมากกว่ารูปแบบของกลุ่มคน โดยตำรวจจะใช้การจดจำใบหน้าเพื่อตรวจจับ และปิดล็อก ผู้หลีกเลี่ยงการกักกันตัว ตลอดจนการติดตามการเคลื่อนไหวของบุคคลที่แสดงอาการภายในฝูงชน หลักฐานชี้ให้เห็นว่าประชาชนเริ่มมีความอดทนต่อกลยุทธ์การเฝ้าระวังมากขึ้น ซึ่งก่อนหน้านี้มองว่าเข้มงวดเกินไป และแนวทางการเฝ้าระวังนี้จะมีการทดสอบเพิ่มเติมในอีก 18 เดือนข้างหน้า จากการทำงานของนักเทคโนโลยีที่เชี่ยวชาญมากขึ้น

AI ทำให้กิจกรรมพื้นฐานด้านการศึกษา ดำเนินไปได้โดยอัตโนมัติ การให้คะแนนการบ้าน และการทดสอบเป็นเรื่องที่น่าเบื่อสำหรับผู้สอน และยังคงใช้เวลามากมายในการคำนวณสูตรต่างๆ เพื่อหาค่ากลาง หรือเพื่อตัดเกรด แต่การนำระบบ AI มาใช้ จะทำให้การตรวจคะแนน บันทึก และประเมินผล กลายเป็นเรื่องง่าย ลดเวลาการทำงานได้อีกมาก แม้ในปัจจุบันจะยังทำได้แค่ข้อสอบแบบตัวเลือก แต่ในอนาคตเชื่อว่าข้อสอบแบบเขียน ก็จะสามารถใช้ AI ช่วยตรวจ และให้คะแนนได้อย่างแน่นอน ซอฟต์แวร์การศึกษา ตำราเรียนแบบออนไลน์จะเป็นมากกว่าหนังสือธรรมดาเพราะสามารถปรับให้เข้ากับความต้องการของนักเรียนเป็นรายบุคคล ระบบจะจดจำ และตอบสนองความต้องการของนักเรียน หากอ่านหนังสือในส่วนนี้ไม่รู้เรื่อง ก็จะมีวิดีโอแนะนำเพิ่มเติมให้นักเรียนนำไปศึกษาต่อได้ การปรับปรุงรูปแบบการเรียนจากข้อเสนอแนะจะทำให้แบบเรียลไทม์ เพราะนักเรียนคือผู้ใช้งาน หลักสูตรจริง AI จะเรียนรู้ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น นำปัญหาที่นักเรียนเจอมาวิเคราะห์ประมวลผลเป็นข้อมูลเชิงลึกให้ผู้ออกแบบหลักสูตรได้นำไปปรับปรุง นอกจากนี้ ผู้เรียนยังสามารถส่งข้อเสนอแนะไปถึงผู้สอนได้ โดยตรงอีกด้วย การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่อการศึกษา มีแนวโน้มที่จะสนับสนุนคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาตัวนักเรียนสามารถทำได้แบบรายบุคคล เพราะระบบการเรียนผ่านเทคโนโลยี AI จะจดจำข้อมูลการใช้งานความสนใจ และจุดแข็งจุดอ่อนแบบเฉพาะตัว ข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้พัฒนาหลักสูตรผู้สอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ และพัฒนาการสอนให้เหมาะกับตัวนักเรียน ต่อไปตลอดรอบปีที่ผ่านมา ทุกคนต่างก็ให้ความสนใจในเทคโนโลยี AI กันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผลประโยชน์ทางธุรกิจ แต่ในความเป็นจริงแล้ว AI ยังสามารถทำอะไร ได้อีกมากมายให้กับมนุษย์ ปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยให้การจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมเป็นไปได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดการขยะ ไม่ว่าจะเป็ขยะติดเชื้อ และขยะพลาสติกจำนวนมากที่เกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดครั้งนี้ปัญญาประดิษฐ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะ และการรีไซเคิลเพราะการคัดแยกขยะติดเชื้อเป็นงานที่สกปรกและอันตราย แต่ด้วยความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ งานคัดแยกขยะก็จะดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น เมื่อมีโรคใหม่อุบัติขึ้นในครั้งหน้า การเฝ้าระวังที่ดีของภาครัฐจากบทเรียนในการระบาดครั้งนี้ จะสามารถหยุดยั้งการระบาดร้ายแรงลงได้ อย่างที่เห็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคือปัจจัยหลักที่ชะลอการระบาดครั้งนี้ และสามารถรักษาชีวิตผู้คนได้มากมายกว่าในอดีต อย่างกรณีใช้หวัดสเปนในปี 1918 ที่มีผู้เสียชีวิตมากถึง 50 ล้านคน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เราตรวจพบ และปิดกั้นการแพร่ระบาดได้เร็วขึ้น ในปี 2022 AI จะถูกเพิ่มหัวข้อเข้าไปในการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถจัดการกับโรคระบาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อัลกอริทึม AI ส่วนใหญ่มุ่งไปที่การทำนาย และหน่วยงานที่จะได้รับผลประโยชน์มาก จากจุดเด่นนี้ คือ ด้านระบาดวิทยา ผ่านการสร้างระบบที่ทำนายได้แม่นยำว่าการะบาดของโรคจะเกิดขึ้นเมื่อใด และที่ใด งานวิจัยนี้ดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้ว และในความเป็นจริงการแจ้งเตือนที่เร็วที่สุดบางส่วนเกี่ยวกับการระบาด ในปัจจุบันก็ถูกสร้างขึ้นจากเทคโนโลยี AI นั่นเอง โดยเครื่องมือของบริษัท BlueDot ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองโตรอนโต ประเทศแคนาดา ได้ทำการสแกน



แหล่งข้อมูลของรัฐบาล และสื่อ 100,000 แห่ง ทุกๆ วัน และได้แจ้งเตือนเกี่ยวกับโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2019 คาดกันว่าการวิจัย AI จะมีเกิดความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นภายในปี 2023 ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการระบุ และตอบสนองต่ออันตรายจากการแพร่ระบาดของไวรัส แต่สิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือระดับโลกอย่างต่อเนื่องระหว่างรัฐบาล ภาคการศึกษา และอุตสาหกรรมเอกชน ซึ่งประเด็นนี้ส่วนใหญ่จะมีการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยอย่างเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุนี้ การเข้าถึงชุดข้อมูลทางการแพทย์ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างประเทศ จึงกลายเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ

สรุปคือ แม้จะมีอาชีพหนึ่งที่หายไป แต่ก็จะมีอาชีพหนึ่งทดแทนขึ้นมา มนุษย์อาจจะเป็นนายจ้างของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แทน หรือทำงานในสาขาอื่นแทนก็เป็นได้ทั้งสิ้น ปัญหาของประเทศไทยที่ยังมีการตื่นตัวในเรื่องนี้ช้าประการหนึ่งก็คือ คนที่สนใจด้านเทคโนโลยี โลกดิจิทัลออนไลน์ ตามโซเชี่ยลมีเดีย แต่สำหรับคนในโลกออฟไลน์กลับเหมือนถูกทิ้งไว้ข้างหลัง นอกจากการผลิตกำลังคนให้ขึ้นมาเป็น Native AI ตั้งแต่เด็ก การให้ความรู้กับโลกฝั่งออฟไลน์ ก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องช่วยส่งเสริมความเข้าใจเทคโนโลยี AI ในด้านการประยุกต์ใช้มากกว่าด้านการเขียนโปรแกรม การใช้ชีวิตร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้น คนไทยจำเป็นต้องปรับตัวไป ตามกระแสโลก เพราะการเข้ามาของ AI จะเกิดขึ้นโดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ สิ่งที่เราควรทำคือการปรับตัวให้เข้ากับกระแสเทคโนโลยี พัฒนาทักษะอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญที่สุด คือ ความพร้อมในการเรียนรู้ เพื่อเตรียมตัวให้พร้อมกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุค Thailand 4.0

## การเปลี่ยนผ่านภาครัฐสู่ Thailand 4.0

กรอบการทำงานปัญญาประดิษฐ์ภาครัฐ ประกอบไปด้วย

- 1) ตรวจสอบระดับการใช้งานเทคโนโลยี AI ของหน่วยงานรัฐ ณ ปัจจุบัน ถือเป็นครั้งแรกที่มีการรวบรวมข้อมูลประเภทนี้ในหน่วยงานจากทุกกระทรวงของรัฐบาล สรุปออกมาเพื่อให้เห็นแนวโน้มโครงการปัญญาประดิษฐ์ในประเทศไทย
- 2) แนวทางการสำรวจความพร้อมการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานและงานประเภทใดบ้างที่ควรนำเทคโนโลยี AI มาใช้งาน
- 3) การสร้างระบบ AI (Step by step) เพื่อทำความเข้าใจในหลักการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
- 4) วิธีเริ่มทำโปรเจกต์ AI สำหรับภาครัฐ แต่ยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทันที เพราะจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมก่อนนำมาใช้งานจริง โดยเฉพาะภาครัฐที่มีขนาดใหญ่ และมีผู้เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก

ในปัจจุบัน คำว่า AI (Artificial Intelligence) หรือที่เรียกว่า “เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์” คือ การสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักร และคอมพิวเตอร์ผ่านอัลกอริทึม และกลุ่มเครื่องมือทางสถิติ เพื่อสร้างซอฟต์แวร์ที่แก้ปัญหาที่สามารถเลียนแบบความสามารถอันซับซ้อนของมนุษย์ได้ ไม่ว่าจะเป็นการจดจำ แยกแยะ ให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ หรือการสื่อสารกับมนุษย์



### ความพร้อมของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการบริหารจัดการภาครัฐ

1. อุปสรรคในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ งานที่ทำซ้ำๆ งานที่ต้องใช้ข้อมูลมหาศาล งานที่เจ้าหน้าที่ต้องพิจารณาหน้างาน งานที่มีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลบ่อยครั้ง และสุดท้ายคือ งานให้คำปรึกษา ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังพบเจอกับปัญหาในการทำงานซ้ำๆ อยู่เป็นจำนวนมาก และนั่นย่อมส่งผลกระทบต่อเวลาในการพัฒนาความรู้ความสามารถตามสายงานที่ได้เรียนมาของพนักงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างของงานที่ทำซ้ำๆ กันส่วนใหญ่เป็นงานภายในหน่วยงาน เช่น งานบุคลากร งานบัญชี งานการเงิน งานพัสดุ งานสารบรรณ งานจัดซื้อจัดจ้าง และงานธุรการต่างๆ ซึ่งนอกจากจะเสียเวลาในการทำเอกสารเป็นเวลานานแล้ว ยังอาจจะมี ความผิดพลาดในการกรอกเอกสารได้อีก การเลือกพัฒนาระบบงานให้เป็นแบบดิจิทัล แล้วนำเอาเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ จะช่วยลดเวลาในการทำงานซ้ำๆ ของพนักงานได้มากกว่า พร้อมกับกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบมากขึ้น สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลในภายหลัง พร้อมปริมาณการใช้กระดาษที่จะลดลงเป็นผลพลอยได้ด้วย ส่วนงานที่ต้องใช้ข้อมูลมหาศาล คือการนำข้อมูลจำนวนมากที่มีอยู่ในระบบมาวิเคราะห์ ตามแต่จุดประสงค์ที่ผู้ใช้ต้องการ โดยมีตัวอย่างจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ที่เลือกนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในโครงการพัฒนาระบบการจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม การใช้เทคโนโลยี AI มาช่วยวิเคราะห์ฐานข้อมูลในมือจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนงานในอนาคตได้ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น เช่นเดียวกัน การวางแผน และจัดสรร งบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรม และภาครัฐ

2. หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่คิดว่า เทคโนโลยี AI จะช่วยลดระยะเวลาทำงาน, ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงานได้ทันสถานการณ์โลก และเพิ่มความแม่นยำในการทำงาน ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นว่า เทคโนโลยี AI จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐลดเวลาทำงานในส่วนงานซ้ำๆ การทำงานจะรวดเร็วขึ้น พร้อมเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน

3. สถานการณ์ปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ มีการใช้เทคโนโลยี AI ในงานที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก งานที่ต้องการความแม่นยำของผลลัพธ์และงานที่เกี่ยวกับระบบความปลอดภัย ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูล และคิดว่าการใช้เทคโนโลยี AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูล จะทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถวางแผนงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ในอีก 3 ปีข้างหน้า หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ จะมีความต้องการใช้เทคโนโลยี AI ในการตัดสินใจจากข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยี AI สามารถช่วยให้ผู้บริหารมองทิศทางในอีก 3 ปีข้างหน้าของหน่วยงานได้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

5. การให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูล หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (64 หน่วยงาน) ให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลเป็นหลักในการตัดสินใจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารเห็นความสำคัญของการใช้ข้อมูล เพราะข้อมูลคือการสะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ และประสิทธิภาพของระบบงาน รวมทั้งการตัดสินใจในการจัดซื้อจัดจ้าง และการลงทุนในระยะสั้นและระยะยาวอีกด้วย

6. ข้อมูลภายในหน่วยงานมีความพร้อมสำหรับการวิเคราะห์เชิงดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (50 หน่วยงาน) มีความพร้อมสำหรับการวิเคราะห์เชิงดิจิทัลระดับมาก เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เนื่องจากปัจจุบันงานบริการจองชื่อนิติบุคคลมีผู้ใช้บริการมากกว่า 270,000 ค่าขอ/ปี หน่วยงาน



จึงนำการวิเคราะห์เชิงดิจิทัลมาใช้ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพิจารณาตรวจสอบ คำขอของเจ้าหน้าที่มากขึ้น

7. การจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (54 หน่วยงาน) มีการจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบดิจิทัลระดับมาก แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐนั้นมีความเข้าใจ และตระหนักในเรื่องการจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบดิจิทัลภายใต้ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance) เป็นอย่างดีอยู่แล้ว

8. ข้อมูลที่พร้อมใช้งานที่อยู่ในระบบเน็ตเวิร์ค จากแบบสอบถาม ภาครัฐส่วนใหญ่ (48 หน่วยงาน) มีข้อมูลที่พร้อมใช้งาน จัดเก็บเข้าในระบบเน็ตเวิร์คแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐ เริ่มตื่นตัว และเห็นความสำคัญของการนำข้อมูลที่จัดเก็บเข้าระบบมาใช้งานมากขึ้น

9. การขาดแคลนนักวิเคราะห์ข้อมูล และนักจัดการข้อมูล หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (57 หน่วยงาน) มีพนักงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ในระดับน้อยที่สุด การเพิ่มจำนวนของบุคลากรในตำแหน่งดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการรับสมัครเพิ่มเติม หรือพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานเอง คือสิ่งที่จำเป็นต้องทำโดยเร็วที่สุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ และจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากของภาครัฐ

10. หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายในการจัดหาบุคลากรด้านวิทยาการข้อมูลมากขึ้น สื่อให้เห็นถึงความต้องการพัฒนาระบบบริหารงานภายในสำนักงานให้ทันโลก ลดเวลาการทำงาน พร้อมระบบบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนมากขึ้น ตามรายละเอียดดังนี้

10.1 พัฒนาบุคลากรเดิมของหน่วยงาน (Reskill) หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (42 หน่วยงาน) เลือที่จะพัฒนาบุคลากรเดิมในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงความต้องการของภาครัฐที่อยากให้บุคลากรภายในหน่วยงานได้พัฒนาตัวเอง ผ่านการอบรมหลักสูตรวิทยาการข้อมูล และกลับมาพัฒนาหน่วยงานของตัวเองต่อไป

10.2 รับบุคลากรเฉพาะทางเพิ่มเติม หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (31 หน่วยงาน) เลือกรับบุคลากรเฉพาะทางเพิ่มเติมในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันบุคลากรในหน่วยงานยังมีความรู้เกี่ยวกับวิทยาการข้อมูลค่อนข้างน้อย เพราะบุคลากรในหน่วยงานเป็นเพียงนักวิชาการคอมพิวเตอร์ หรือนักวิชาการทางสถิติ ซึ่งหน้าที่รับผิดชอบไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง การเร่งสรรหาบุคลากรภายนอกที่มีความรู้ความสามารถด้านวิทยาการข้อมูลโดยตรง จะช่วยให้หน่วยงานนั้นๆ ได้พัฒนางานตามความต้องการได้รวดเร็วมากขึ้น

10.3 จัดจ้างบุคคลภายนอก หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (34 หน่วยงาน) มีการจัดจ้างบุคคลภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง เพราะการจัดจ้างแต่ละครั้งใช้เวลานาน เนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น การจัดทำข้อกำหนดขอบเขตของการจัดจ้างบุคคลภายนอก (TOR) การขออนุมัติจากผู้บริหารของหน่วยงานนั้นๆ รวมถึงงบประมาณที่จำกัด เป็นต้น

11. หลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (35 หน่วยงาน) ทำตามหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) อยู่ในระดับ 3 และระดับ 4 เพราะความตื่นตัวของหน่วยงานภาครัฐ ที่ติดตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นประจําอย่างสม่ำเสมอ

12. การจัดการข้อมูลโดยผ่านข้อกำหนดมาตรฐานธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (40 หน่วยงาน) มีการจัดการข้อมูลโดยผ่านข้อกำหนดมาตรฐานธรรมาภิบาลข้อมูล



ภาครัฐในระดับกลาง และหากหน่วยงานใดมีข้อสงสัยในข้อกำหนด ก็สามารถเข้าอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลภาครัฐ ผ่านทางสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล (TDGA) ได้ทุกๆ เดือน

13. การเตรียมการรองรับนวัตกรรมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบ (Digital Disruption) หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ (61 หน่วยงาน) อยู่ในช่วงดำเนินการจัดทำแผน เพราะความตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมเทคโนโลยี AI ให้พร้อมสำหรับนวัตกรรมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบ (Digital Disruption)

14. โครงการปัญญาประดิษฐ์ของภาครัฐที่น่าสนใจ ได้แก่

14.1 โครงการระบบประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจากวิดีโอ (Video Analytics) เพื่อการบริหารงานรถไฟฟ้า ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ระบบจะใช้วิธีตรวจจับใบหน้าอัตโนมัติ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับคลังข้อมูลใบหน้าบุคคลต้องสงสัย ทำให้การค้นหาด้วยใบหน้า หรืออัตลักษณ์ของบุคคลต้องสงสัยในพื้นที่ความรับผิดชอบของ รฟม.เป็นไปอย่างรวดเร็ว ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังสามารถนับจำนวนผู้ใช้บริการแบบอัตโนมัติ นำมาประมวลผลเป็นข้อมูลความหนาแน่นในแต่ละพื้นที่เช่นเดียวกับระบบตรวจจับป้ายทะเบียนรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ความรับผิดชอบของ รฟม. ซึ่งจะนำข้อมูลมาจากวิดีโอมาประมวลผล เพื่อยกระดับการให้บริการต่อไป

14.2 โครงการการวิจัยวิจัยศัตรูพืชของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยการตรวจสอบความผิดปกติของพืชวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ คือวางแผน และตัดสินใจทำเกษตรบนฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อเพิ่มปริมาณคุณภาพผลผลิต ลดความสูญเสีย กรอบการทำงานปัญญาประดิษฐ์ภาครัฐลดต้นทุน ลดปริมาณการใช้สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ปุ๋ยเคมีนำการใช้แรงงานคน ช่วยเพิ่มรายได้ของเกษตรกร จากการคาดการณ์ผลผลิตที่สามารถหาตัวเลขได้แม่นยำมากขึ้น ช่วยให้การวางแผนการตลาดเป็นเรื่องง่าย โดยเฉพาะการกำหนดราคาตลาดล่วงหน้า ที่จะช่วยรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรได้เป็นอย่างดี

14.3 โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูลภาพการใช้ทางหลวง ด้วยปัญญาประดิษฐ์ของกรมทางหลวงเป็นการตรวจจับภาพของยานพาหนะบนทางหลวง ผ่านเทคโนโลยีAI ที่พัฒนาโปรแกรมเชื่อมต่อข้อมูลความหนาแน่นของหน้าด่านจัดเก็บค่าผ่านทาง และในพื้นที่อื่นๆ ของกรมทางหลวง โดยระบบจะสามารถ Check In/Check Out และคำนวณค่าธรรมเนียมผ่านทางได้อย่างรวดเร็ว พร้อมป้องกันปัญหาอาชญากรรม ลดอุบัติเหตุ และเพิ่มความปลอดภัยไปในตัว

14.4 โครงการการระบุชนิดสมุนไพรด้วยภาพของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกการตรวจภาพสมุนไพรที่มีเก็บบันทึกไว้ในระบบ ทำให้การค้นหาข้อมูลชนิดสรรพคุณ วิธีการใช้ และข้อควรระวังได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในด้านสุขภาพต่อประชาชนแบบครบวงจรตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร ผู้ผลิต ผู้ค้า ไปจนถึงผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และการแพทย์ทางเลือก

14.5 โครงการดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวานผ่านแอปพลิเคชันไดอะเมท เป็นการตรวจภาพอาหาร และค่าระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ที่เป็นโรคเบาหวาน วัตถุประสงค์ของโครงการนี้ คือการช่วยควบคุมปัจจัย สำคัญของผู้ป่วย เช่น ระดับน้ำตาลในเลือด และประเภทอาหาร ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่บันทึกไว้ โดยคำแนะนำ จากนักกำหนดอาหารวิชาชีพ ที่ จะกำหนดสัดส่วนอาหารที่เหมาะสม ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ และการใช้ยา ในระหว่างที่ผู้ป่วย



ไม่ได้ แพทย์รักษาตัวอยู่ที่โรงพยาบาล ลดโอกาสในการเป็นโรคแทรกซ้อนอื่นๆ ลดค่าใช้จ่ายในการรักษาในระยะยาว รวมถึงลดการสูญเสียอวัยวะ และชีวิตด้วย

### การคาดการณ์อาชีพที่ถูกทดแทนด้วยปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต

ตัวอย่างงานที่มีโอกาสถูกแทนที่สูงในภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ (Telemarketers) เจ้าหน้าที่เสมียนบัญชี (Bookkeeping Clerks) ผู้จัดการด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน (Compensation & Benefits Manager) เจ้าหน้าที่ต้อนรับ (Receptionists) เจ้าหน้าที่พิสูจน์อักษร (Proofreaders) เจ้าหน้าที่สนับสนุนทางคอมพิวเตอร์ (Computer Support Specialists) เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย (Legal Associate Professionals) และนักข่าว นักเขียน ล่าม นักแปลภาษา (Journalists/Writers/Translators)

### จุดแข็งของ AI

การพัฒนาการเก็บข้อมูล เมื่อก่อน AI จะทำงานตามคำสั่งที่ป้อนให้ แต่ภายหลังเราเริ่มให้ตัวอย่าง และปล่อยให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเองแทน เป็นสิ่งที่ทำให้ AI พัฒนาตัวเองขึ้นเรื่อยๆ เริ่มจาก 1 เป็น 2 และเป็น 3 ได้ เพราะถ้าย้อนกลับไปสมัยก่อน การป้อนคำสั่งเพียงอย่างเดียวไม่นำไปสู่อะไรที่ใหม่ แต่การเก็บข้อมูล เริ่มวิเคราะห์ และหาตัวอย่างเพิ่มด้วยตัวเอง จะทำให้ AI เกิดกระบวนการคิด และนำไปสู่พัฒนาการที่เร็วขึ้นกว่าเดิมมาก อีกวิธีหนึ่ง คือ การเรียนรู้ด้วยข้อมูลหลากหลาย และการจับผิดวิธีพัฒนาแบบนี้ คือ เราจะให้ AI เริ่มป้อนข้อมูลหลากหลายไปกันมากับ AI อีกตัว ถ้าตัวไหนสามารถจำแนกข้อมูลจริงออกจากข้อมูลปลอมได้แม่นยำกว่า เราก็เลือกใช้ตัวนั้น กลายเป็น AI ที่เก่ง และพัฒนาไวที่สุด อย่าง AI ที่มีชื่อว่า AlphaGo ที่ถูกพัฒนาจนสามารถเอาชนะเกมโกะ หรือหมากล้อม กับนักเล่นโกะมืออาชีพระดับโลกได้ และทุกวันนี้ ก็ยังมีความพยายามสร้าง AI ตัวใหม่ๆ เพื่อนำมาทำแข่งกับ AlphaGo อยู่เช่นกัน

### จุดอ่อนของ AI

การที่ไม่มีจิตใจ ไม่มีความอยาก ไร้ซึ่งกิเลส ทำให้ AI ยังไม่สามารถเข้าใจความสามารถของมนุษย์ได้อย่างเต็มที่ ทุกวันนี้ที่ AI ตัดสินใจทำอะไรบางอย่าง ก็เป็นเพราะแรงจูงใจเบื้องต้นที่มนุษย์ป้อนข้อมูลให้แต่เริ่ม ก่อนที่จะเอาไปพัฒนาต่อเอง แต่ปัจจุบันผู้พัฒนาก็กำลังแก้ไขจุดอ่อนตรงนี้อยู่ เพื่อให้ นำไปสู่ AI ในอนาคตที่มี “ความต้องการ” และ ความหิวอ่อน และความหุนเบาของ AI ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเราให้ข้อมูลเชิงลบว่าฆ่าคนแล้วได้บุญ หรือบริจาคนของเท่ากับทำบาป AI ก็จะเชื่อ เพราะตัว AI เองยังไม่มีความสามารถในการแยกแยะ ไม่มีจิตวิญญาณ และไร้ซึ่งประสบการณ์แบบมนุษย์

### การใช้งานปัญญาประดิษฐ์ของภาครัฐ

ยกตัวอย่างในประเทศญี่ปุ่นเตรียมความพร้อมมาร่วม 50 ปี เพื่อให้มนุษย์มีความคุ้นเคย หุ่นยนต์ การใช้โดรนเฝ้าถนน การตุ๋นยอดนิคมเพื่อลดภาพลักษณ์ที่น่ากลัวของหุ่นยนต์ และสร้างพื้นฐานความเข้าใจของเด็กในยุคดิจิทัล โดยปัญญาประดิษฐ์ทำให้ประเทศได้เปรียบในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวก สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานของรัฐ เพื่อประชาชน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงานมีการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกันระหว่างหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนยกระดับความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศ แต่เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์เป็นเทคโนโลยีใหม่ ประเทศไทยยังขาดผู้เชี่ยวชาญที่จะมารองรับความต้องการทั้งในภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษา



การพัฒนาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขานี้จะใช้เวลาานาน ส่งผลให้ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องลงทุนกับเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ในมูลค่าที่สูง และทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เกิดในวงจำกัดทั้งด้าน เศรษฐกิจและสังคม โดยข้อพิจารณาในการนำเทคโนโลยี AI มาใช้งาน มีหลายปัจจัยที่ต้องนำมาคิด ทั้ง เหตุผลด้านจริยธรรม ความปลอดภัยของ AI กฎหมาย และการบริหาร ได้แก่

1. คุณภาพข้อมูล: ความสำเร็จของโครงการ AI ขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูลเป็นสำคัญ
2. ความยุติธรรม: ผู้ใช้ต้องผ่านการฝึกอบรมแบบจำลอง ซึ่งทดสอบด้วยชุดข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้ระบบ AI ไปใช้งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่มีอคติ
3. ความรับผิดชอบ: พิจารณาว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบองค์ประกอบของผลลัพธ์และ ผู้ออกแบบกับผู้ดำเนินการระบบ AI จะรับผิดชอบงานอย่างไร
4. ความเป็นส่วนตัว: ปฏิบัติตามนโยบายข้อมูลที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (Personal Data Protection Act : PDPA)
5. การอธิบายและความโปร่งใส: เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบได้ว่าแบบจำลอง AI ทำการตัดสินใจขึ้นกับปัจจัยอะไรบ้าง
6. ต้นทุน: พิจารณาว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าใดในการสร้าง ดำเนินการและบำรุงรักษา โครงสร้างพื้นฐาน AI รวมถึงการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน

การทำให้มั่นใจว่าการใช้ AI สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่า ระบบ AI สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (Personal Data Protection Act : PDPA) รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอัตโนมัติ ที่ต้องมีการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายด้วย การตัดสินใจอัตโนมัติในบริบทนี้ จะเป็นการตัดสินใจโดยปราศจากการแทรกแซงของมนุษย์ ซึ่งมีผลทางกฎหมาย หรือมีนัยสำคัญในการทำงานเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การตัดสินใจทางออนไลน์เพื่อมอบทุนธุรกิจ ซึ่ง AI เป็นเพียงเครื่องมือทางเทคโนโลยีตัวหนึ่งในการให้บริการ การออกแบบบริการใดๆ ล้วนเริ่มต้นมาจากความต้องการของผู้ใช้ทั้งสิ้น หากคิดว่า AI คือ ตัวเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ ก็จะต้องนำข้อมูลและเทคโนโลยีเฉพาะทางที่ต้องการใช้มาพิจารณา โดยนักวิทยาศาสตร์ข้อมูลจะใช้ข้อมูลที่มีนำมาสร้างโมเดล AI เพื่อประเมินว่า AI จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ตามหลักการ ดังนี้

1. มีข้อมูลที่ต้องการแม้ว่าจะมีการปลอมแปลงฝังอยู่
2. มีจริยธรรม และปลอดภัยในการใช้ข้อมูล-อ้างอิงถึง ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance for Government) ของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
3. มีข้อมูลที่เรียงลำดับถูกต้องสำหรับการเรียนรู้ของโมเดล AI
4. งานมีขนาดใหญ่ และซ้ำซากพอมที่มนุษย์จะหาทางลัดในการดำเนินการ
5. ให้ข้อมูลที่ทีมสามารถนำไปใช้งานได้ แต่ต้องจำไว้ว่า AI ไม่ใช่ทางออกอเนกประสงค์ AI ต่างจากมนุษย์ตรงที่ไม่สามารถอนุมานได้ และสามารถผลิตผลลัพธ์ตามข้อมูลที่ถูกป้อนเข้ากับโมเดลเท่านั้น

แนวคิดของการทำ AI นั้นไม่ใช่สิ่งที่เพิ่งจะเกิดขึ้นมาใหม่ แต่เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 1957 และถูกพัฒนาต่อเนื่องมาเรื่อยๆ โดย AI เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน มีเหตุผลหลักๆ มีอยู่ทั้งหมด 3 ข้อ คือ



1. โปรแกรม AI ฉลาดขึ้นกว่าเดิมมาก เนื่องด้วย AI ถูกพัฒนามาตั้งแต่ปี 1957 เป็นเวลานานกว่า 60 ปี และมีการแบ่งย่อยสาขาการพัฒนาในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น Natural Language Processing (NLP) สาขาหนึ่งของ AI ที่มีเป้าหมายทำให้คอมพิวเตอร์เข้าใจภาษาของคนได้ หรือ Computer Vision ที่มีเป้าหมายให้คอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลภาพ หรือวิดีโอ เพื่อแยกแยะจดจำ ทำความเข้าใจในรูปแบบเดียวกับที่สมองของคนสามารถเข้าใจในสิ่งที่ตามองเห็นได้ “เวลาที่เราได้ยินคนพูดถึง AI ในปัจจุบัน โดยส่วนมากจะหมายถึง Machine Learning นั่นเอง” นอกเหนือจากสาขาของ AI ที่ได้ยกตัวอย่างไปแล้วนั้น อีกหนึ่งสาขาของ AI ที่มีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด

2. เรามีข้อมูล Digital จำนวนมากอย่างที่บอกไปเบื้องต้นว่า AI จำเป็นต้องมีข้อมูลเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการเรียนรู้ สอดคล้องกับปัจจุบันที่เราใช้ชีวิตอยู่ในยุคของข้อมูลจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นไฟล์รูปภาพ หรือวิดีโอที่ถูกแชร์ขึ้นมาบนเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย

3. ยุคของ Cloud เป็นรูปแบบของบริการด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ทำให้เราสามารถใช้งานคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ตั้งแต่การใช้งานต่างๆ ไปอย่างเช่น Google Drive ที่มีการจัดเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ไปจนถึง Cloud สำหรับการประมวลผล ที่ทำให้เราประมวลผลคอมพิวเตอร์ระดับสูงได้ง่ายกว่าเมื่อก่อนมาก รวมไปถึงประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันเอง ที่มีประสิทธิภาพในการประมวลผล และหน่วยความจำที่สูงมาก หากเทียบกับความสามารถของคอมพิวเตอร์ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ด้วยเทคโนโลยี ณ ปัจจุบันที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ทำให้เราเห็นการนำ เทคโนโลยี AI มาใช้งานมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจต่างๆ ดังนั้น ภาครัฐเอง ก็มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้พร้อมกับการมาถึงของ AI เพื่อประโยชน์ของประชาชนทั่วไป และเพื่อการทำงานของบุคลากรในภาครัฐเองด้วย

### ภาพรวมของการนำ AI ไปใช้ในภาครัฐ

ในภาพรวมของการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในภาครัฐนั้นถือว่ามีพัฒนาและแต่ละภาคส่วนให้ความสนใจนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำงานมากขึ้น แต่ส่วนที่ภาครัฐประเทศไทยยังขาดอยู่คือการวางกลยุทธ์ปัญญาประดิษฐ์ระดับชาติ รวมถึงขนาดการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในภาครัฐไทยนั้นยังไม่สูงนัก ถึงจะมีการเตรียมการด้านข้อมูลไว้ในระดับหนึ่งแล้วแต่ยังขาดความพร้อมที่จะนำไปใช้งานอย่างเป็นรูปธรรม การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐเป็นทั้งเป้าหมายและเครื่องมือ โดยกลไกในการรองรับการขับเคลื่อนของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่นๆ ให้สามารถดำเนินการจนบรรลุเป้าหมายและ วิสัยทัศน์

ดังนั้นแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็น การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐจึงมุ่งเน้นพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐให้มีความทันสมัยมีขนาดเหมาะสมกับภารกิจ มีสมรรถนะสูง ตอบสนองปัญหาความต้องการของประชาชน และสนับสนุนให้เป็นประเทศไทย 4.0 ที่สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลง และพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ด้วยหลักการ “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามหลักการข้างต้น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติฉบับนี้จึงให้ความสำคัญกับ ความพึงพอใจของประชาชนในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ซึ่งจะต้องมีไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ภายในช่วงปี พ.ศ. 2561 - 2580 โดยการประเมินความพึงพอใจของประชาชนฯ ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าประชาชนชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของภาครัฐร้อยละ 84 ซึ่งพิจารณาจากสองปัจจัยหลัก ได้แก่ ความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการประชาชน



### แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) คือ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยการนำเอาแนวทางหรือวิธีการบริหารงานของภาคเอกชนมาปรับใช้กับการบริหารงานภาครัฐ เช่น การบริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์การบริหารงานแบบมืออาชีพ การคำนึงถึงหลักความคุ้มค่า การจัดการโครงสร้างที่กะทัดรัดและแนวราบ การเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาแข่งขันการให้บริการสาธารณะ การให้ความสำคัญต่อค่านิยม จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนการมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ

#### เหตุผลที่ต้องนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ต้องเพิ่มศักยภาพและความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ระบบราชการไทยมีปัญหาที่สำคัญคือ ความเสื่อมถอยของระบบราชการ และขาดธรรมาภิบาล ถ้าภาครัฐไม่ปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริหารจัดการของภาครัฐเพื่อไปสู่องค์กรสมัยใหม่ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ก็ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตด้วย

ดังนั้นการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) จึงเป็นแนวคิดพื้นฐานของการบริหารจัดการภาครัฐซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ของภาครัฐและยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เป็นรูปธรรมมีแนวทางในการบริหารจัดการดังนี้

1. การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน
2. ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารให้แก่หน่วยงาน
3. การกำหนด การวัด และการให้รางวัลแก่ผลการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กร และระดับบุคคล
4. การสร้างระบบสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากร (เช่น การฝึกอบรม ระบบค่าตอบแทนและระบบคุณธรรม) เทคโนโลยี เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์
5. การเปิดกว้างต่อแนวคิดในเรื่องของการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกัน และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานของภาคเอกชน ในขณะเดียวกันภาครัฐก็หันมาทบทวนตัวเองว่าสิ่งใดควรทำเองและสิ่งใดควรปล่อยให้เอกชนทำ

#### แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

หลักใหญ่ของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ คือ การเปลี่ยนระบบราชการที่เน้นระเบียบและขั้นตอนไปสู่การบริหารแบบใหม่ซึ่งเน้นผลสำเร็จและความรับผิดชอบ รวมทั้งใช้เทคนิคและวิธีการของเอกชนมาปรับปรุงการทำงาน Hood เห็นว่าสิ่งที่เรียกว่า “การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่” มีหลักสำคัญ 7 ประการ คือ

1. จัดการโดยนักวิชาชีพที่ชำนาญการ (Hands-on professional management) หมายถึงให้ผู้จัดการมืออาชีพได้จัดการด้วยตัวเอง ด้วยความชำนาญ โปร่งใส และมีความสามารถในการใช้ดุลพินิจ เหตุผลก็เพราะเมื่อผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแล้ว ก็จะเกิดความรับผิดชอบต่อการตรวจสอบจากภายนอก



2. มีมาตรฐานและการวัดผลงานที่ชัดเจน (Explicit standards and measures of performance) ภาครัฐจึงต้องมีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายของผลงาน และการตรวจสอบจะมีได้ก็ต้องมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน

3. เน้นการควบคุมผลผลิตที่มากขึ้น (Greater emphasis on output controls) การใช้ทรัพยากรต้องเป็นไปตามผลงานที่วัดได้ เพราะเน้นผลสำเร็จมากกว่าระเบียบวิธี

4. แยกหน่วยงานภาครัฐออกเป็นหน่วยย่อยๆ (Shift to disaggregation of units in the public sector) การแยกหน่วยงานใหญ่ออกเป็นหน่วยงานย่อยๆ ตามลักษณะสินค้าและบริการที่ผลิต ให้เงินสนับสนุนแยกกันและติดต่อกันอย่างเป็นอิสระ

5. เปลี่ยนภาครัฐให้แข่งขันกันมากขึ้น (Shift to greater competition in the public sector) เป็นการเปลี่ยนวิธีทำงานไปเป็นการจ้างเหมาและประมูล เหตุผลก็เพื่อให้ฝ่ายที่เป็นปรปักษ์กัน (rivalry) เป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ต่ำและมาตรฐานสูงขึ้น

6. เน้นการจัดการตามแบบภาคเอกชน (Stress on private sector styles of management practice) เปลี่ยนวิธีการแบบข้าราชการไปเป็นการยืดหยุ่นในการจ้างและให้รางวัล

7. เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีวินัยและประหยัด (Stress on greater discipline and parsimony in resource use) วิธีนี้อาจทำได้ เช่น การตัดค่าใช้จ่าย เพิ่มวินัยการทำงาน หุดยั้งการเรียกร้องของสหภาพแรงงาน จำกัดต้นทุนการปฏิบัติ เหตุผลก็เพราะต้องการตรวจสอบความต้องการใช้ทรัพยากรของภาครัฐ และ “ทำงานมากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรน้อยลง” (do more with less)

## บทสรุป

เจตนารมณ์ของรัฐบาลปัจจุบันที่กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ ในระยะ 5 ปี ให้มีความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบการให้บริการประชาชนให้มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความปลอดภัย ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก ในการนำมาประยุกต์ ใช้กับการบริการของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น หน่วยงานรัฐ จำเป็นต้องมีการวางนโยบาย ยุทธศาสตร์ รวมถึงวิสัยทัศน์ของผู้นำในการเลือกเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม การเลือกเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบริการภาครัฐ ต้องคำนึงถึงความเหมาะสม และความเปลี่ยนแปลงหรือผลที่จะเกิดขึ้น บูรณาการร่วมกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management - NPM) กับการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งเป็นที่นิยมและมีกระแสตอบรับที่ดีมากในปัจจุบัน ทำให้การบริหารจัดการที่ทันสมัย รวมถึงการให้บริการภาครัฐมีความสะดวกในการเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ซึ่งรัฐบาลมีความสนใจในการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรมากขึ้น ทั้งในด้านทรัพยากรมนุษย์ การคลัง การบริหารจัดการ และการบริการประชาชน เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างให้ระบบการทำงานมีความรวดเร็ว และการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนที่สะดวก รวดเร็ว และแม่นยำ โดยการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็น Big Data ขนาดใหญ่ในการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ร่วมกันอย่างปลอดภัย ส่งผลให้หน่วยงานรัฐบาลทำงานได้อย่างเต็มความสามารถและสมดุลงามขึ้น ทำให้ประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เกิดความเสมอภาคมากขึ้น มีความสามารถในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของธุรกิจเพิ่มขึ้น



โดยผ่านการวิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตร ก่อให้เกิดความมั่นคงของชาติที่เข้มแข็ง ด้วยการป้องกัน และตรวจจับอัตโนมัติของระบบ เพิ่มศักยภาพมนุษย์ ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นท่ามกลางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพอย่างที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). **AI Government Framework กรอบการทำงาน ปัญญาประดิษฐ์ภาครัฐ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พีเอเอ็น (ไทยแลนด์) จำกัด. 2563.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). **GOVTECH FORESIGHT อนาคตเทคโนโลยีโลกสู่รัฐบาลไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พีเอเอ็น (ไทยแลนด์) จำกัด. 2563.

ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง. **AI for Executive Leader สำหรับนักบริหารมืออาชีพ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหา จุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2563.





## การจัดการของภาครัฐในสภาวะวิกฤติกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

ปรีดา กลิ่นเทศ\*

Received September 16, 2021, Revised October 9, 2021, Accepted November 2, 2021

### บทคัดย่อ

จากการจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นสถานการณ์ที่รัฐไม่ได้มีแผนงานอย่างเป็นระบบในการจัดการ รัฐได้จัดตั้งองค์กรเพื่อบริหารตามสถานการณ์ โดยการประกาศภาวะฉุกเฉินและตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อการควบคุมการระบาดของโรค ในการบริหารกำลังบุคลากร งบประมาณและเครื่องมือทางการแพทย์ การมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) เช่น การมีส่วนร่วมทางการเมือง การมีส่วนเข้าไปบริหารจัดการองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมนั้น เป็นแนวทางการจัดการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Government) การนำการมีส่วนร่วมของประชาชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการของรัฐในสภาวะวิกฤติ ทำให้เกิดความร่วมมือขององค์กรธุรกิจเอกชน อาสาสมัคร จิตอาสา องค์กรทางศาสนาและประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ประชารัฐของรัฐบาล ทำให้การระบาดของโรคลดลง ประชาชนปลอดภัยและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ

**คำสำคัญ:** การจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติ, การมีส่วนร่วมของประชาชน, แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

\*นักวิชาการอิสระ





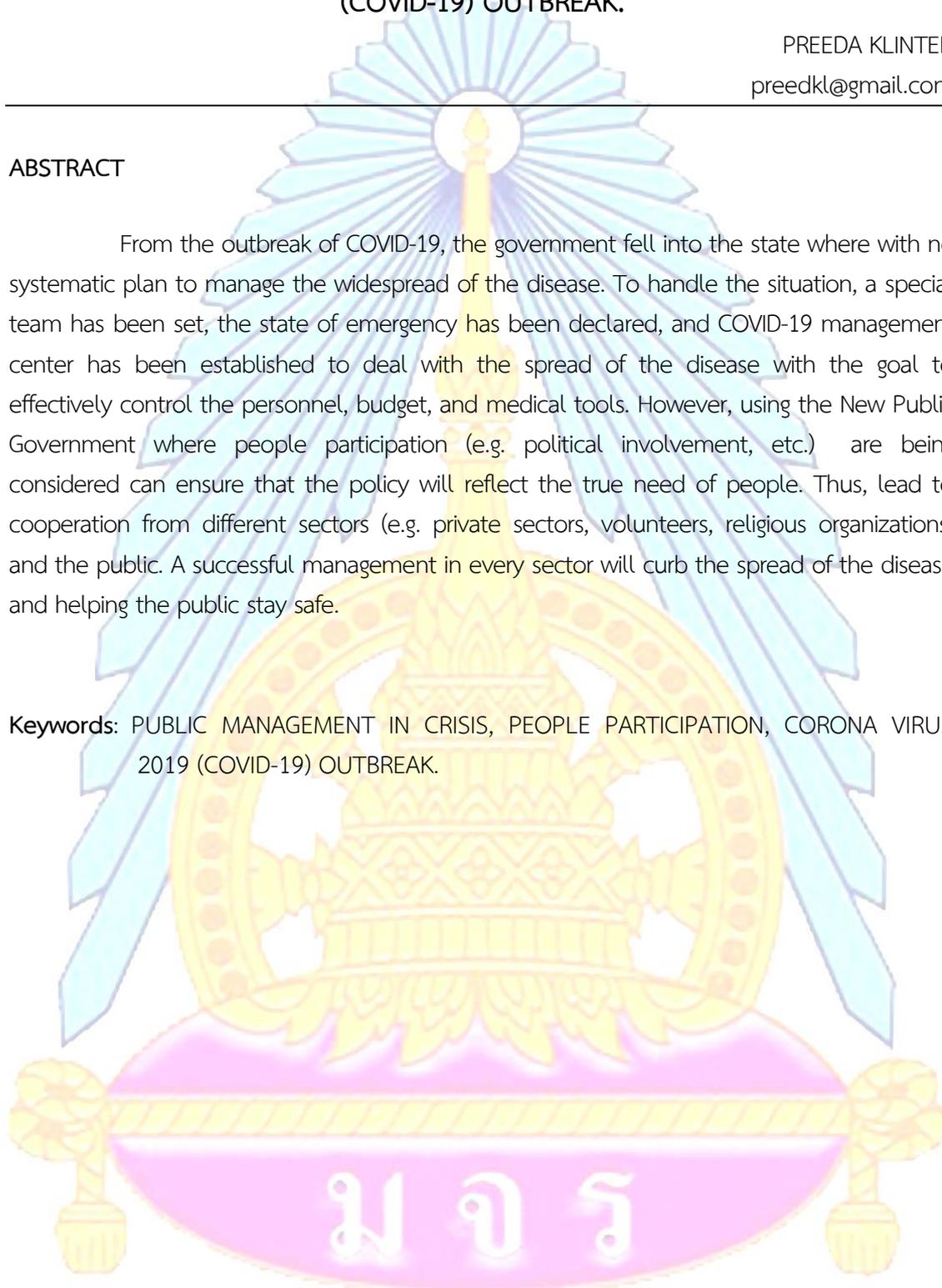
## PUBLIC MANAGEMENT DURING THE CRISIS AND THE PARTICIPATION OF PEOPLE IN CORONAVIRUS 2019 (COVID-19) OUTBREAK.

PREEDA KLINTED  
preedkl@gmail.com

### ABSTRACT

From the outbreak of COVID-19, the government fell into the state where with no systematic plan to manage the widespread of the disease. To handle the situation, a special team has been set, the state of emergency has been declared, and COVID-19 management center has been established to deal with the spread of the disease with the goal to effectively control the personnel, budget, and medical tools. However, using the New Public Government where people participation (e.g. political involvement, etc.) are being considered can ensure that the policy will reflect the true need of people. Thus, lead to cooperation from different sectors (e.g. private sectors, volunteers, religious organizations, and the public. A successful management in every sector will curb the spread of the disease and helping the public stay safe.

**Keywords:** PUBLIC MANAGEMENT IN CRISIS, PEOPLE PARTICIPATION, CORONA VIRUS 2019 (COVID-19) OUTBREAK.





## 1. บทนำ

การบริหารจัดการภาครัฐในปัจจุบัน เต็มไปด้วยด้วยความผันผวนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและเทคโนโลยี ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากเกิดปัญหาในประเทศหนึ่ง ย่อมมีผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ อย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นรัฐบาลได้มีการวางแผนการจัดการเพื่อรองรับในระยะสั้นและระยะยาว เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และสงครามการค้า ซึ่งสามารถคาดเดาผลกระทบได้ รัฐบาลจึงได้ตั้งหน่วยงานรองรับ มีการวางแผนงานในการจัดการ แต่อาจมีภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นที่รัฐเผชิญหน้าโดยที่ไม่มีการวางแผนรับมือล่วงหน้า เนื่องจากเป็นสิ่งอุบัติใหม่นั้นคือ การระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 (COVID-19) โดยเกิดการระบาดที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2562 เป็นภาวะวิกฤติที่รัฐบาลทุกประเทศมิได้คาดคิดและการวางแผนป้องกันล่วงหน้า มีการระบาดต่อเนื่องจากประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่งทั่วโลก จากภาวะวิกฤติดังกล่าวได้เกิดผลกระทบต่อการจัดการภาครัฐเป็นอย่างมาก ในการที่จะบริหารจัดการควบคุมโรค การบริจักษ์ การจัดสรรงบประมาณในช่วงเกิดการระบาดและการฟื้นฟู การมีช่วยเหลือจากภาคเอกชน องค์กรเอกชนและปัจเจกบุคคล ในการเข้าช่วยเหลือประชาชนให้สามารถช่วยเหลือตนเองให้ผ่านพ้นวิกฤติ ซึ่งยังไม่การคาดเดาได้ว่าจะสิ้นสุดได้เมื่อใด

ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการภาครัฐในภาวะวิกฤติกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ยุทธศาสตร์การจัดการภาครัฐที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไขปัญหาช่วยเหลือประชาชนในภาวะวิกฤติให้ผ่านไปด้วยดี รวมทั้งการร่วมมือวางแผนในการจัดการฟื้นฟูทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจต่อไป

## 2. แนวคิดและความหมายการจัดการภาครัฐในภาวะวิกฤติ, การมีส่วนร่วมของประชาชนและการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

### 2.1 การจัดการในภาวะวิกฤติ( Crisis Management)

แนวคิดการจัดการในภาวะวิกฤติ มีผู้ให้แนวคิดและความหมายดังนี้

Crisis หรือ ภาวะวิกฤติ หมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดล่วงหน้า และส่งผลกระทบต่อไม่พึงประสงค์ต่อองค์กร เช่น ภัยธรรมชาติ วิกฤติทางการเงิน ความวุ่นวายทางการเมือง ส่วนการจัดการในภาวะวิกฤตินั้นมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือการปกป้ององค์กรจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภัยคุกคามในภาวะวิกฤติ

การจัดการภาวะวิกฤติ (Crisis management) คือกระบวนการที่องค์กรจัดการกับเรื่องยุ่งและเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ที่อาจคุกคามสู่ความอันตรายขององค์กรหรือผู้มีผลประโยชน์ สามองค์ประกอบของภาวะวิกฤติคือ 1) คุกคามต่อองค์กร 2) มีส่วนประกอบที่สร้างความประหลาดใจ และ 3) ต้องใช้การตัดสินใจในระยะเวลาด่วน

การบริหารความเสี่ยง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการประเมินแนวโน้มสิ่งคุกคามและหาหนทางที่ดีที่สุดเพื่อหนีปัญหาเหล่านั้น การจัดการภาวะวิกฤติเกี่ยวข้องกับการจัดการก่อน ระหว่าง และหลังสิ่งคุกคาม ที่ประสบ มีข้อบังคับความสำคัญต่อบริบทในการจัดการ อันประกอบด้วยความชำนาญและเทคนิคที่จะบ่งชี้ ประเมิน เข้าใจ และรับมือกับสถานการณ์อันตึงเครียด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงในเริ่มเกิดขึ้น ไปถึงจุดขั้นตอนการฟื้นฟู (ไพโรจน์ :2561)



สภาวะวิกฤต หมายถึง “สถานการณ์ที่เข้าสู่ภาวะที่ จำเป็นต้องเข้าจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้น หรือวิกฤตทางด้านความปลอดภัยสิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่ได้มี การวางแผนล่วงหน้าก่อกำเนิดภาวะคุกคามโดยไม่ว่าจะ เป็นความจริงหรือทำให้รับรู้ว่าจะเกิดความไม่ปลอดภัยในด้าน ต่างๆ มีผลต่อภาพลักษณ์หรือความเชื่อถือในองค์กรหรือ ก่อให้เกิดการฟ้องร้องทางกฎหมาย ก่อให้เกิดความเสียหายต่อ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและภาพลักษณ์ เหตุการณ์ที่สามารถก่อให้เกิดภาวะวิกฤตนั้นมีมากมาย เช่น เรื่องความปลอดภัย สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การฟ้องร้อง การทำผิดกฎหมาย เรื่องภาพลักษณ์สินค้าหรือองค์กร กิจกรรมของ กลุ่มอนุรักษ์ต่าง ๆ ปัญหาเกี่ยวกับพนักงานและปัญหาอื่นๆ ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เป็นต้น (อภิสิทธิ์ ฉัตรธนานนท์: 2552)

**สรุปได้ว่า** การจัดการในสภาวะวิกฤตเป็นการจัดการภัยที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด มีความเสียหายค่อนข้างรุนแรงและกว้างขวาง ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทำให้ไม่มีการเตรียมการล่วงหน้า และไม่สามารถจะกำหนดได้ว่าจะสิ้นสุดเมื่อใด การบริหารตามสถานการณ์เป็นการบริหารเพื่อช่วยเหลือ ลดความเสียหายต่อประชาชนและต้องมีแผนงานฟื้นฟูให้กลับสู่ความเป็นปกติ

## 2.2 การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่เป็นสภาวะวิกฤตไปทั่วโลก

เป็นการระบาดทั่วโลกที่กำลังดำเนินไปของโรคติดต่อ โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ เริ่มต้นขึ้นในเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ในวันที่ 30 มกราคม 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่วโลก

ไวรัสมีการแพร่เชื้อระหว่างคนในลักษณะเดียวกับไข้หวัดใหญ่ โดยผ่านการติดเชื้อจากละอองเสมหะจากการไอ ระยะระหว่างการสัมผัสเชื้อและมีอาการโดยทั่วไปแล้วอยู่ที่ 5 วัน แต่มีช่วงอยู่ระหว่าง 2 ถึง 14 วัน อาการที่พบบ่อย ได้แก่ มีไข้ ไอ และหายใจลำบากภาวะแทรกซ้อนอาจรวมไปถึงปอดบวม และกลุ่มอาการหายใจลำบากเฉียบพลัน การรักษาจึงพยายามมุ่งเป้าไปที่การจัดการกับอาการ และรักษาแบบประคับประคอง มาตรการป้องกันที่มีการแนะนำ คือการล้างมือ การอยู่ห่างจากบุคคลอื่น (โดยเฉพาะกับบุคคลที่ป่วย) ติดตามอาการ และกักตนเองเป็นเวลา 14 วัน ในกรณีที่สงสัยว่าตนเองอาจติดเชื้อ ปัจจุบันได้มีการพัฒนาวัคซีนและยาต้านไวรัสจำเพาะ ซึ่งได้พัฒนาการวิจัยยาชนิดเม็ดเพื่อการรักษาและป้องกันในปัจจุบัน ปัจจุบัน ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2564 มีผู้ติดเชื้อยืนยันแล้วมากกว่า 239,477,111 คนใน 198 ประเทศและดินแดน มีผู้เสียชีวิตจากโรคระบาดแล้วมากกว่า 4,881,538 คน (ศูนย์บริหารราชการโควิด-19 (ศบค))

## 2.3 การบริหารจัดการภาครัฐในภาวะวิกฤต

หลักการเตรียมความพร้อมในสภาวะวิกฤตตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 คือการที่ส่วนราชการสามารถนำบทเรียนสถานการณ์ความรุนแรงสำคัญที่ผ่านมาปรับกระบวนการทำงานใหม่ โดยเฉพาะเรื่องการบริหารประชาชน เพื่อให้มั่นใจภารกิจหลักของราชการ หรืองานบริการประชาชนที่สำคัญสามารถดำเนินการ หรือให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่สะดุดลง แม้ว่าจะประสบกับวิกฤตการณ์หรือภัยพิบัติต่างๆ โดยยึดแนวทางการดำเนินการเตรียมความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต 4 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับส่วนราชการ 2) การเตรียมความพร้อมของส่วนราชการในการจัดทำแผนรองรับการดำเนินการ



ให้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง 3) การซักซ้อมแผนและนำไปปฏิบัติได้จริง 4) การส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการจัดการอย่างยั่งยืนในสภาวะวิกฤติ

การบริหารจัดการองค์การในสภาวะวิกฤติ/เหตุการณ์ฉุกเฉิน/สถานการณ์ภัยพิบัติโดยทั่วไป มีหลักการบริหารจัดการเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) การป้องกันและลดผลกระทบ 2) การเตรียมความพร้อมรับภัย 3) การจัดการภาวะฉุกเฉิน 4) การจัดการหลังเกิดภัย

โดยแนวคิดการบริหารความต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐ คือ การควบคุมดูแลและป้องกันทรัพยากรที่สำคัญต่อการดำเนินงานหรือให้บริการ ซึ่งภายในช่วงระยะเวลาแรกจะเป็นช่วงการตอบสนองต่ออุบัติเหตุ (Incident/Emergency Management) และในกรณีที่เหตุการณ์ขยายวงกว้างการตอบสนองต้องยกระดับเป็นการบริหารจัดการวิกฤติ (Crisis Management) ภายหลังจากนั้นจะเป็นช่วงของการทำให้เกิดความต่อเนื่องของกระบวนการทางการบริหาร (Continuity Management) เพื่อสามารถให้กลับมาดำเนินการได้ ดังนั้นหน่วยงานต้องจัดทำแผนความต่อเนื่อง (business Continuity Plan-BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อไป (สุภัสสรณ์ ทวีวิไลศิริกุล: 2563) ซึ่งได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 78 กำหนดให้รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน โดยมาตรา 78 (5) กำหนดให้มีการจัดระบบงานของรัฐอย่างอื่นเพื่อให้การจัดทำและการให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ จึงกำหนดให้ส่วนราชการต้องมีระบบรองรับภาวะฉุกเฉินต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อ การจัดการกระบวนการ เพื่อสามารถให้หน่วยราชการสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

#### 2.4 การมีส่วนร่วมของประชาชน(People Participation)

1) ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน มีนิกวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

การเข้าไปมีส่วนร่วมโดยไม่มีบทบาทอะไรเลยย่อมไม่ได้ผลการมีส่วนร่วมที่มีคุณภาพนั้น ผู้เข้าร่วมต้องรู้จักใช้อำนาจและสามารถควบคุมกิจกรรมนั้นได้จึงจะทำให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมนั้นคือการที่ผู้นำเปิดโอกาสให้ผู้ตามทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงานเท่าที่สามารถทำได้ การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมเรื่องการดำเนินการพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาด้วยตนเอง เป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาปัญหาความต้องการร่วมกัน ในการตัดสินใจร่วมกัน วางแผนดำเนินงานหรือแก้ไขปัญหา ร่วมกัน ดำเนินการหรือปฏิบัติงานร่วมกัน ตลอดจนรับรู้ผลดี เสีย จนเกิดความภาคภูมิใจร่วมกัน การที่ประชาชนได้คิดค้นแนวทางขึ้นเอง เป็นผู้กำหนดการตัดสินใจ คิดค้นปัญหาและการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ เช่น แสดงความคิดเห็น เสนอแนะและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ

2) ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหลักสากลมีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย กฎหมายรัฐธรรมนูญได้สะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมให้มีการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน รวมถึงการบริหารงานของรัฐภายใต้แนวคิดการบริหารงานภาครัฐแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) และแนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance) ตระหนักถึงความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน มีกฎหมายหลายฉบับประกันสิทธิของประชาชนด้วยการมีส่วนร่วมและกำหนดหน้าที่ของภาครัฐในการเปิดโอกาสให้มีการมีส่วนร่วม อาทิเช่น พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2548



และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ. 2548 นอกจากนั้น แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการยังกำหนดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหัวใจหลัก เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนปกครองตนเอง หรือกำหนดวิถีชีวิตและอนาคตของชุมชนโดยชุมชนเอง (วันดี จันทร์และ สิทธิชัย ตันศรีสกุล: 2560)

### 3) กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

กระบวนการที่จะให้ประชาชนได้เข้ามา มีบทบาทในทุกขั้นตอนของการมีส่วนร่วม ประชาชนจะต้องได้รับรู้ขั้นตอนการดำเนินการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการตัดสินใจ ขั้นตอนการดำเนินงาน และขั้นตอนในการประเมินผลงาน เพื่อให้รับรู้ถึงความเป็นไปในกิจกรรมสาธารณะต่างๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน มีนักวิชาการที่ได้ทำการวิจัย ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมตามประเด็นสำคัญต่างๆ เช่น การนำเสนอ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการ และร่วมลำดับความสำคัญของความต้องการ 2) การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการแนวทางการดำเนินงาน รวมถึงทรัพยากรและแหล่งวิทยาการที่จะใช้ในโครงการ 3) การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการ ทำประโยชน์ให้แก่โครงการ โดยร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ วัสดุ อุปกรณ์ และแรงงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่องหรือประเมินผลรวมทั้งโครงการในคราวเดียวกันก็ได้ (วชิรวรรณ งามละม่อม: 2564)

### 4) การบริหารราชการแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน

เป็นการกำหนดรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้องทั้งทางภาครัฐ เอกชนและประชาชน มีช่องทางและมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการรับทราบ ข้อมูลดำเนินงานของส่วนราชการ ร่วมคิด ร่วมเสนอความเห็น ร่วมกำหนดทิศทางและร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่และความมั่นคงของคนในสังคม

ระดับของการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้ (1) ระดับที่ 1 การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน (2) ระดับที่ 2 การปรึกษาหารือ หรือรับฟังความคิดเห็นของประชาชน (3) ระดับที่ 3 การให้ประชาชนเข้ามา มีบทบาทหรือเกี่ยวข้อง (4) ระดับที่ 4 การสร้างความร่วมมือกับประชาชน (5) ระดับที่ 5 การเสริมอำนาจแก่ประชาชน

5) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทยที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนมีแผนงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2546-2550 ได้แก่ การจัดให้มีระบบการปรึกษาหารือประชาชน, การตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาภาคประชาชนและการจัดให้มีอาสาสมัครภาคประชาชนเข้าร่วมทำงานกับข้าราชการ

(2) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2551-2555 มีการปรับรูปแบบการทำงานให้มีลักษณะเชิงบูรณาการ ให้เกิดการแสวงหาความร่วมมือและสร้างเครือข่ายกับฝ่ายต่าง ๆ

(3) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 การส่งเสริมระบบการบริหารแบบร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เป็นการส่งเสริมให้หน่วยงาน



ราชการทบทวนบทบาทและภารกิจของตนให้มีความเหมาะสม การถ่ายโอนภารกิจบางอย่างที่ภาครัฐไม่จำเป็นต้องดำเนินงานเองให้ภาคส่วนอื่น การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่นและการยกระดับความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาในการบริหารราชการ รวมทั้งส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของทางราชการ และมาตรการในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม

### 3. การจัดการภาครัฐของไทยในสภาวะวิกฤติการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

3.1 การบริหารสถานการณ์เพื่อป้องกัน การควบคุมการระบาดของโลกและการช่วยเหลือของรัฐ

ในช่วงแรกของการระบาด กระทรวงสาธารณสุข มีบทบาทในการเป็นผู้บริหารจัดการควบคุมการระบาด แต่ประสบปัญหาการระบาดที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วและการขาดเอกภาพในการบริหารงานเนื่องจากต้องเกี่ยวข้องกับหลายกระทรวง

รัฐบาลไทยก็ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรในวันที่ 26 มีนาคม 2563 โดยจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อจัดการกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด ภาวะฉุกเฉินเป็นมาตรการรวบอำนาจหรือรวมศูนย์อำนาจของรัฐมนตรีทั้งมวลทุกอย่างมาไว้ที่นายกรัฐมนตรี เพื่อให้มีเอกภาพในการใช้อำนาจสำหรับการจัดการกับสถานการณ์วิกฤติ มาตรการที่ ศบค. ได้ออกมามาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด และมีมาตรการต่อเนื่องหลายครั้งดังนี้ 1) คุมเข้มกักตัวผู้โดยสารเดินทางเข้าไทย 14 วัน 2) ห้ามเครื่องบินเข้าสู่ไทยชั่วคราว 3) อสม.แต่ละพื้นที่ตรวจติดตามคนในชุมชน 4) กักตัว “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” 5) การตรวจหาเชื้อกลุ่มเสี่ยง 6) การลี้ภัยควาร์นกรงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ 7) การประกาศเคอร์ฟิว 8) การให้ทำงานที่บ้าน Work from Home 9) การปิดพรมแดน 10) การจัดตั้งรพ.สนามใน กทม. ต่างจังหวัดในเมืองหลักและระดับอำเภอ 11) การจัด Hospitel เป็นต้น

นอกจากนี้รัฐบาลได้ออกมาตรการช่วยเหลือเยียวยาประชาชน เพื่อแบ่งเบาความเดือดร้อนของประชาชน ได้แก่ 1) เลื่อนชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2) จ่ายเงินเยียวยาเกษตรกร บาท 3) ประกันสังคมจ่ายเงินกรณีว่างงาน 4) ประกันสังคมลดเงินสบทบนายจ้างและผู้ประกันตน 5) ให้ประชาชนใช้ไฟฟรี 6) การคืนเงินค่าประกันการใช้ไฟฟ้า 7) ร้านธงฟ้าขายหน้ากากราคาถูก 8) กระทรวงพัฒนาสังคมฯ จ่ายเงินเยียวยา 9) แจกเน็ตฟรี 10) ลดค่าน้ำ-ค่าไฟ 3% 11) เงินเยียวยา 12) โครงการคนละครึ่ง 13) โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

3.2 การจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติในการระบาดของไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19) สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้อย่างไร

1) ยุทธศาสตร์ของการจัดการภาครัฐโดยใช้การมีส่วนร่วมของประชาชนมาบริหารงานสาธารณะแนวใหม่ โดยใช้ยุทธศาสตร์ประชารัฐเป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาลนำมาใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยในปัจจุบัน แนวคิดประชารัฐเป็นแนวคิดที่ได้เริ่มขึ้นมาในกระแสของการบริหารจัดการ สาธารณะแนวใหม่ (New Public Governance) มีจุดมุ่งเน้นไปที่การลดบทบาทภาครัฐและเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนอื่นๆ ในการเข้ามาบริหารจัดการงานสาธารณะ นอกจากนั้นยังมีแนวคิดสำหรับการบริหารจัดการสาธารณะแนวใหม่ นั่นคือ “ธรรมาภิบาล” (Good Governance) ประเทศไทยได้



นำยุทธศาสตร์ประชารัฐขึ้นมาเป็นนโยบายครั้งแรกในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2040-2044) หลักการของคำว่าประชารัฐ คือ การที่ภาคส่วนรัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม หรือประชาชน มามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกิจการ สาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในรัฐที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย (อรรถพร โคตรสิงห์: 2560)

2) การนำการมีส่วนร่วมของประชาชนมาร่วมจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติในการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยรัฐบาลได้ใช้ยุทธศาสตร์ประชารัฐ ดังนี้

(1) การขอความร่วมมือกับนักธุรกิจภาคเอกชนและบริษัทเอกชนชั้นนำเข้ามาร่วมแก้ไขปัญหา

1. นายกรัฐมนตรีเชิญ 20 เศรษฐีร่วมฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยเชิญมาร่วมหารือ เพื่อกำหนดแนวทางในแผนฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจและสังคมร่วมกันว่า โดย นายกรัฐมนตรี ได้รับฟังข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วน เพื่อบริหารการแผนการช่วยเหลือประชาชนร่วมกัน เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน หรือไม่ครอบคลุมกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์การระบาดของโรค เพื่อให้ถูกกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และเชื่อว่าทุกภาคส่วนมีความสำคัญต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2. บริษัทเอกชน สนับสนุนการเฝ้าระวัง ควบคุม และป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับชุมชน มอบอุปกรณ์ในการทำงานให้เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.)

(1) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ใช้ตรวจคัดกรองกลุ่มเสี่ยงในชุมชน รวมถึงพนักงานจิตอาสา ผลิตหน้ากาก Face Shield ส่งมอบให้กับทีมแพทย์แนวหน้าสู้ COVID-19 รัฐบาลใช้หน่วยงานอาสาสมัคร ซึ่งไม่ใช่ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาการระบาดของโรค อสม.เป็นกลุ่มอาสาสมัครซึ่งมีทั้งสิ้น 1.5 ล้านคน ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ อสม. 1 คน จะดูแลประชากรในละแวกใกล้เคียงจำนวน 20 หลังคาเรือน ถือเป็นบุคคลสำคัญที่จะช่วยดูแลสุขภาพให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะในสถานการณ์การระบาด ช่วยสร้างความเข้าใจและช่วยสอดส่อง ดูแลคนในชุมชน มีการตรวจคัดกรอง และเข้าดูแลการกักกันตัว ถือเป็นสิ่งสำคัญ ในการชะลอการแพร่ระบาดของโรคได้ ซึ่ง อสม.ได้รับคำชมเชยจากหน่วยงานและองค์กรระหว่างประเทศที่มีส่วนสำคัญในการควบคุมโรคเป็นอย่างมาก

(2) การใช้ความร่วมมือจากประชาชนในรูปแบบ”จิตอาสา”เพื่อช่วยเหลือประชาชน ได้เกิดแนวความคิดในการเสียสละทรัพย์สินเพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการเข้าถึงการช่วยเหลือประชาชน แม้รัฐบาลเองจะได้ช่วยเหลือและเยียวยาไปแล้วบางส่วนก็ตาม เช่น มหาวิทยาลัย. รังสิตระดมจิตอาสาเปิดครัวรังสิตสู้ภัยโควิด ทำอาหาร-ข้าวกล่องแจกฟรี 22 เม.ย.31 พ.ค.63 โครงการเยาวชนไทยสู้ภัยโควิด ในแต่ละชุมชนหมู่บ้าน ตำบล สภาเยาวชนตำบล จัดตั้งกลุ่ม “เยาวชนไทย สู้ภัยโควิด” ทำหน้าที่จิตอาสาเพื่อคุณปู่ตายาย มีการสนับสนุนกิจกรรม “สู้กับข้าวเพื่อชุมชน” ที่ทางจังหวัดกระบี่ร่วมสนับสนุนร่วมฝ่าวิกฤติไปด้วยกันจิตอาสา รพ.ศิริราช ซึ่คือปรุงอาหารให้ผู้ติดเชื้อร้อนจาก COVID-19 กินฟรี จากตัวอย่างดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของจิตอาสาที่เข้ามาช่วยเหลือประชาชนครั้งนี้

จะเห็นได้ว่า รัฐบาลได้นำการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสภาวะวิกฤติ ซึ่งมีผลกระทบรุนแรงและกระทบเป็นวงกว้าง แต่การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีพลังเพียงพอ ทั้งกำลังทรัพย์สินและส่วนหนึ่งได้อุทิศตัวเป็นจิตอาสา อาสาสมัครก็ทำให้แบ่งเบาการจัดการของภาครัฐได้ เป็นการเฉลี่ยทุกข์ เฉลี่ยสุขกัน



### 3) บทเรียนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติ

บทเรียนจากกรณีความไม่มั่นใจการบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากรัฐบาล จากหลายๆ ครั้งของการเกิดสภาวะวิกฤติ อาทิเช่น กรณีเกิดอุทกภัยในจังหวัดอุบลราชธานี เมื่อตุลาคม 2562 ประชาชนได้บริจาคผ่าน นายบิณฑ์ บันลือฤทธิ์ อดีตพระเอกดัง และอาสาสมัครของมูลนิธิร่วมกตัญญู ได้รับบริจาคเงินช่วยน้ำท่วมภาคอีสาน ยอดเงินรับบริจาคกว่า 423 ล้านบาท และได้มีการช่วยเหลือแจกเงินสดให้กับประชาชน ครั้วเรือนละ 5,000 บาท ซึ่งเกิดจากความรู้สึกของประชาชนไม่ไว้วางใจในการจัดการของภาครัฐในสภาวะวิกฤติ ซึ่งมีความล่าช้าและกลัวในเรื่องการทุจริตเงินที่ประชาชนบริจาค การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริจาคเงินเข้าเงินที่ได้รับบริจาคเข้าเงินกองทุนช่วยเหลือผู้ประสบสาธารณภัยของรัฐบาลนั้น กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) ต้องมีกระบวนการตรวจสอบความเสียหาย ตามกฎระเบียบทางราชการ

จากบทเรียนในครั้งดังกล่าว การระบาดของโรคระบาดไวรัสโคโรนา(COVID-19) ครั้งนี้ รัฐบาลไม่ได้เป็นตัวกลางในการรับบริจาค แต่ได้เปลี่ยนยุทธศาสตร์เป็นการขอความร่วมมือและส่งเสริมให้ประชาชนบริจาค เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาในสภาวะวิกฤติ

### 4) สิ่งที่รัฐบาลควรดำเนินการเพื่อการใช้การมีส่วนร่วมของประชาชนมาใช้ในการจัดการนโยบายสาธารณะในสภาวะวิกฤติ

(1) การเพิ่มบทบาทกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ) กระทรวงมหาดไทย ซึ่งหน้าที่หลัก คือ พัฒนาระบบ กลไกการจัดการความเสี่ยงจากสาธารณภัยของประเทศไทยและดำเนินการจัดการสาธารณภัย ทั้งก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และหลังเกิดภัยให้มีมาตรฐานสากล ,การบูรณาการความร่วมมือองค์กร และเครือข่ายด้านการจัดการสาธารณภัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ,การช่วยเหลือสงเคราะห์ผู้ประสบภัยและบรรเทาทุกข์ในเบื้องต้นแก่ผู้ประสบภัย พัฒนาระบบการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยในเบื้องต้นให้ทั่วถึงและเป็นธรรม และการฟื้นฟูบูรณะพื้นที่ประสบภัยที่ได้รับความเสียหายจากสาธารณภัยให้กลับสู่สภาพปกติโดยเร็ว และพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: 2563) โดยมีแนวทางปรับปรุงดังนี้

1. การเพิ่มบทบาทในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมแก้ปัญหาเข้าช่วยเหลือประชาชนในสภาวะวิกฤติ

2. การรวบรวมข้อมูลองค์กรภาคธุรกิจเอกชน องค์กรการกุศล องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร องค์กรทางศาสนา

3. การร่วมจัดทำแผนการดำเนินงานในสภาวะการณวิฤกติ เช่น การตั้งองค์กร สายการบังคับบัญชาอย่างไม่เป็นทางการ การประสานงาน เป็นต้น

4. การให้รางวัลเป็นการจูงใจและตอบแทนในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมแก้ไขปัญหาในสภาวะวิกฤติ

(2) รัฐบาลควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทุก ๆ ด้านในการกำหนดนโยบายสาธารณะและให้มีการรวมกลุ่มกันในการจัดการสาธารณะ ดังเช่น การรวมกลุ่มของ “จิตอาสา” ที่ได้ร่วมตัวดำเนินการในสถานการณ์ที่ผ่านมา



#### 4. สรุป

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการภาครัฐในสภาวะวิกฤติในการระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เป็นการเข้ามามีส่วนในการจัดการนโยบายสาธารณะของรัฐ แต่เนื่องจากเป็นสถานการณ์ในสภาวะวิกฤติ ซึ่งยังไม่มีแผนรองรับ การบริหารงานของรัฐได้ใช้แนวคิดประชารัฐ ซึ่งเป็นแนวทางการบริหารจัดการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Management) ซึ่งภาครัฐได้มีการบริหารตามสถานการณ์ เช่น การประกาศภาวะฉุกเฉิน การตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อการบริหาร ควบคุม สั่งการกำลังคน งบประมาณ เพื่อยับยั้งการระบาดของโรค การขอความช่วยเหลือจากภาคธุรกิจเอกชน อาสาสมัคร จิตอาสา ให้เข้ามามีส่วนร่วมทำให้สามารถยับยั้งการระบาดของโรคได้ดี เป็นที่ชื่นชมจากองค์การอนามัยโรค (WHO) และนานาชาติ ในการแสดงผลดำเนินงานได้อย่างดีเยี่ยมในขั้นต้นของการระบาดก่อนที่จะมียารักษาโรคหรือวัคซีนป้องกัน ส่วนสำคัญที่ทำให้สำเร็จก็คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนนั่นเอง

#### เอกสารอ้างอิง

- กรมการควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, **มาตรการและข้อสั่งการ สบค.**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/im\\_commands.php](https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/im_commands.php) [11 ตุลาคม 2563]
- ฉันทพร โคตรสิงห์. “ประชารัฐ: จากแนวคิดการบริหารสู่การปฏิบัติในประเทศไทย”. **วารสารพัฒนาสังคม**. ปีที่ 19 ฉบับที่ 1, 2560 : 174.
- ไพโรจน์ ภัทรนรากุล, **ทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ร่วมสมัย**, พิมพ์ครั้งที่ 1, นนทบุรี: โรงพิมพ์รัตนไตร, 2561.
- วชิรวัชร งามละม่อม, **ทฤษฎีการมีส่วนร่วม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post\\_79.html](http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post_79.html) Media-Learning-of- Public-Administration [11 ตุลาคม 2564]
- วสันต์ จันทจรและ สิทธิชัย ตันศรีสกุล. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลหนองจิก อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม”. **วารสารการเมืองการปกครอง**. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2560.
- ศูนย์ข้อมูลโควิด-19 กรมประชาสัมพันธ์, “**ศูนย์บริหารราชการโควิด-19 (สบค)**”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.facebook.com/informationcovid19/> [11 ตุลาคม 2564]
- หน่วยงานภาครัฐ, **กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, ข้อมูลพื้นฐาน พันธกิจและวิสัยทัศน์**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.egov.go.th/th/government-agency> [15 พฤษภาคม 2563]
- อภิสิทธิ์ ฉัตรธนานนท์, “กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤติสำหรับผู้นำองค์กร”, **วารสารคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, ปีที่ 32 ฉบับที่ 122 เมษายน-มิถุนายน 2552 : 3.
- Kapok,covid-19, **เกาะติดสถานการณ์ COVID-17**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://covid-19.kapook.com> [16 พฤษภาคม 2563]



## แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการ ด้านอุตสาหกรรมในประเทศไทย

ดร.กฤษฎา กาญจนรัตน์  
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Received October 29, 2021, Revised November 3, 2021, Accepted December 2, 2021

### บทคัดย่อ

การบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการด้านอุตสาหกรรมในประเทศไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้น จำเป็นต้องผลักดันให้ภาคการผลิตมีความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนซึ่งการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ โดยการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลิตภาพ มูลค่า และมาตรฐานรวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง และแข่งขันได้ในเวทีโลก ปรับปรุงกฎหมายกฎระเบียบ และกระบวนการต่างๆ ให้เอื้อต่อการลงทุน และกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมพัฒนาระบบข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพื่อชี้แนะ และเตือนภัยภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทย

แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการด้านอุตสาหกรรม ข้อเสนอแนะภาครัฐ 1) พัฒนามาตรฐาน การตรวจสอบรับรองกระบวนการและผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับภาคอุตสาหกรรม 2) พัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ และอุตสาหกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในอนาคต 3) พัฒนาผู้ประกอบการ และบุคลากรภาคอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เป็นผู้มีสมรรถนะสูง 4) ด้านทักษะการผลิต การบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การต่อยอดงานวิจัย และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มผลิตภาพและพัฒนามาตรฐานให้ภาคอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรม มีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น

**คำสำคัญ:** แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์, การจัดการด้านอุตสาหกรรม

มจร



## Strategic management concepts applied to industrial management in Thailand.

Dr.Krisadar Karnjanarat  
Phitsanulok University

### Abstract

Strategic Management Applied to Industrial Management in Thailand in the development of the industry it is necessary to push the manufacturing sector to be balanced, stable and sustainable. and develop an industry that is in line with the basic potential of the country by applying science, information technology and innovation This will lead to an increase in productivity, value and standards, as well as to develop the potential of entrepreneurs to be strong. And compete on the world stage Improve laws, regulations and processes conducive to investment and determine the direction of industrial development Develop a system of insights on the industrial economy to guide and warn the industrial sector in Thailand.

Strategic management concepts applied to industrial management. Government Recommendations 1) Develop standards and certify processes and products. To increase the capacity of the industrial sector 2) Develop industries those are in line with the basic potential of the country. And industries that are beneficial to economic development in the future. 3) Develop entrepreneurs and industrial personnel throughout the supply chain to be highly competent; 4) on production skills Management, technology and innovation, extension of research and innovation to increase productivity and develop standards for the industry throughout the value chain. Enhance logistics management efficiency and industrial supply chains have the ability to compete at a higher level .

**Keywords:** Strategic Management Concepts, Industrial Management

มจร



## บทนำ

โลกของอุตสาหกรรมกำลังก้าวสู่การปฏิวัติครั้งใหม่ ที่เรียกว่า อุตสาหกรรม 4.0 (Industries 4.0) ที่จะกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ “Industry 4.0” มาจากชื่อนโยบายอุตสาหกรรมแห่งชาติของเยอรมนีที่ประกาศเมื่อปี ค.ศ. 2013 แนวคิดก็คือ โลกของเราจะเข้าสู่ช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ภายใน 20 ปีข้างหน้า ทำให้หลายประเทศต่างก็ตื่นตัวกับผลกระทบที่จะติดตามมาด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจาก ปัจจุบันทุกประเทศบนโลกมีการเชื่อมต่อกันอย่างไร้พรมแดนในทุกมิติ ทั้งความร่วมมือทางการค้า ความร่วมมือด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ซึ่งแน่นอนว่า ในอีกมุมหนึ่ง ย่อมเกิดการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อย ๆ ด้วย ด้วยเหตุผลประการหลังนี้เอง หลายประเทศจำเป็นต้องปรับตัวสู่การพัฒนาในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ตามกันไป เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองในการแข่งขันนั่นเองการก้าวสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 จะมีเทคโนโลยีอัจฉริยะต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ อาทิ เครื่องจักรกลที่คิดได้ และสื่อสารเป็น 3D Printing ที่สามารถเปลี่ยนจินตนาการให้เป็นวัตถุของจริงที่จับต้องได้ หุ่นยนต์จะเข้ามาทำงานร่วมกับมนุษย์เสมือนเป็นเพื่อนร่วมงานคนหนึ่ง นอกจากนี้ (Modern Manufacturing: <https://www.mmthailand.com>) ยังมีเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ Information Technology: IT ที่จะเข้ามาเป็นตัวกลางที่ทำให้การสื่อสารระหว่างคนกับเครื่องจักร และระหว่างเครื่องจักรด้วยกันเองเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เทคโนโลยีดังกล่าวนี้เอง ที่จะทำให้รูปแบบการผลิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง เพื่อประสิทธิภาพการผลิตและเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค

**รศ.พิชิต ล้ายอง** อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กล่าวว่า อุตสาหกรรมที่เป็นอัตโนมัติ มีส่วนช่วยในการลดต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากระบบอัตโนมัติ สามารถเข้ามาทดแทนการทำงานบางอย่างของมนุษย์ได้ และให้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากกว่า แม้ว่าประเทศไทยจะมีการนำระบบอัตโนมัติมาใช้งานแล้วตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา แต่เป็นไปในลักษณะการใช้งานเฉพาะบางส่วน ไม่ใช่เต็มรูปแบบ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพเพียงพอถึงขั้นที่จะสามารถผลิตเทคโนโลยีใช้งานได้เอง และถึงแม้จะมีการวิจัยและพัฒนาอย่างมากแต่ก็ยังไม่สามารถนำมาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกได้อย่างเต็มรูปแบบจริงจัง และไม่สามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงได้

การเปลี่ยนแปลงจะพลิกโฉมหน้าการผลิตไปมากน้อยเพียงใด เทคโนโลยีอัตโนมัติรวมถึงหุ่นยนต์อัจฉริยะจะเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างไรกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งนี้ และประเทศไทยในฐานะประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมที่หลากหลายแห่งหนึ่งของโลกควรปรับตัว และพัฒนาไปในทิศทางใด มีความท้าทาย และโอกาสอะไรที่รอเราอยู่บ้าง ประเทศไทย ที่ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมการผลิตในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจต้องตื่นตัวกับการปฏิรูปอุตสาหกรรมครั้งนี้ ที่ผ่านมาระยะหนึ่ง รัฐบาลเองพยายามที่จะสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลมากขึ้น รวมทั้งขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ส่งเสริม E-Commerce, E-Document และ E-Learning ซึ่งล้วนเป็นการวางรากฐานการพัฒนาสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ทั้งสิ้น



## แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการ

การบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงานของผู้บริหาร เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งการกำหนดแนวทาง และทิศทางในการดำเนินงานนั้น จำเป็นจะต้องวิเคราะห์ และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดวิธีการทำงานเพิ่มเติมจากเดิม หรือที่เรียกว่า “กลยุทธ์” พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรม แผนงาน หรือโครงการให้สอดคล้องในแต่ละกลยุทธ์ เพื่อเป็นแนวทางขององค์กรที่จะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้สูงสุด การบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วยกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐาน 4 กิจกรรม คือ ซึ่งกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรมนี้มีความสัมพันธ์ และเป็นกระบวนการต่อเนื่องกัน ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic analysis)

การกำหนดกลยุทธ์ ขององค์กร การจะต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อน และความสามารถในการแข่งขัน

**ปัจจัยแวดล้อมภายนอก** หมายถึง สิ่งแวดล้อมขององค์กรซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุมได้ และอาจเป็นประโยชน์หรือเป็นภัย หากสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นประโยชน์ หรือเป็นปัจจัยด้านบวกต่อการดำเนินงานขององค์กรเราเรียกว่าโอกาส (Opportunities) ความสำคัญต่อองค์กรในอนาคต หากสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นภัยคุกคามหรือปัจจัยด้านลบต่อความสำเร็จขององค์กร การในอนาคต เราเรียกว่าอุปสรรค (Threats)

**ปัจจัยแวดล้อมภายใน** หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่งองค์กรสามารถควบคุมได้ และมีผลทำให้การดำเนินงานภายในองค์กรประสบผลสำเร็จ หรือล้มเหลวได้

**จุดแข็ง (Strengths)** หมายถึง ลักษณะเด่นของการดำเนินงานหน้าที่ต่าง ๆ ภายในองค์กร ลักษณะเช่นนี้เป็นปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จขององค์กร

**จุดอ่อน (Weaknesses)** หมายถึง การดำเนินงานขององค์กรไม่สามารถกระทำได้ดี อันเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กรองค์กร การจะต้องหาทางแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้น

#### ปัจจัยแวดล้อมภายในที่ควรพิจารณา

- Man บุคลากร รวมถึงผู้บริหารขององค์กร
- Money งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรแล้ว
- Material วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยี
- Management ระบบบริหารจัดการทุกด้าน เช่น การบริหารงานการเงิน พัสดุ งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

### 2. การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning)

การวางแผนยุทธศาสตร์ หรือ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุ และกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิด จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน คือจะต้องคำนึงถึงทั้งสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิด ศักยภาพหรือขีดความสามารถขององค์กร



และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิดจะต้องเป็นระบบ คือ แนวทางที่กำหนดขึ้น จะต้องดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

**การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบคำถามหลัก 3 ประการ คือ**

- 1) องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?)
- 2) สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?)
- 3) องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?)

**กระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้**

- 1) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
- 2) กำหนดภารกิจหลักหรือพันธกิจ (Mission)
- 3) กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)
- 4) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือยุทธศาสตร์ (Strategy)
- 5) กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา

### **3. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic implementation)**

การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่ดำเนินงานต่อจากการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นเป็นความจริงและประสบความสำเร็จตามต้องการ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นอย่างดีโดยนักกลยุทธ์มืออาชีพอาจประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการปฏิบัติ ถ้าการวางแผนปฏิบัติการและการตัดสินใจดำเนินกลยุทธ์ผิดพลาด ในทางตรงกันข้าม กลยุทธ์ระดับพื้นฐานที่ไม่มีความโดดเด่นหรือมีช่องว่างอยู่บ้างอาจประสบความสำเร็จ และสร้างความเจริญเติบโตแก่องค์กรถ้าได้รับการวางแผน ดำเนินงาน ตรวจสอบ และปรับปรุงอย่างดีจากนักปฏิบัติที่มีความสามารถ การบรรลุถึงเป้าหมายทางหนึ่งคือการรวมพลัง (Synergy) ระหว่างหน่วยธุรกิจ และหน้าที่ซึ่งกันเป็นเหตุผลว่าทำไมองค์การจึงต้องทำการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่หลังจากการรวบรวมกิจการ การรวมพลังเป็นการมองเห็นทางรอดขององค์กร และการรวมพลังจะทำให้ผลตอบแทนการลงทุน (BOI) ของแต่ละหน่วยงานสูงกว่าการแยกทำงานอิสระ เช่น การรวมกันสิ่งชั่ววัตถุติบของหลาย ๆ แผนกที่สามารถใช้ร่วมกันได้หรือการรวมกันโฆษณาในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน เป็นต้น

### **4. การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ (Strategic control and evaluation)**

การศึกษาสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่างประเทศต่อในประเทศของสินค้าส่งออก พบว่า การส่งออกของไทยได้รับอานิสงส์จากผู้ผลิตต้นน้ำ แม้ว่าเราจะสามารถผลิตสินค้าชั้นกลางที่ซับซ้อนได้ เป็นเพราะเรานำเข้าปัจจัยการผลิตที่ซับซ้อนขึ้นเป็นผลมาจากการเข้าไปอยู่ในซัพพลายเชนของโลก แต่กลับไม่สามารถสร้างนวัตกรรมของตัวเองเพื่อต่อยอดหรือกระจายผลประโยชน์ (Spillover effect) เข้าไปในระบบเศรษฐกิจจึงเป็นการเติบโตแบบเทพอู่มชู่ที่เกิดจากการอยู่ในห่วงโซ่การผลิตของบริษัทข้ามชาติ แต่ไม่ใช่การเติบโตแบบระเบิดจากข้างในหรือ Inside out (สมประวิณ มั่นประเสริฐ และก้องภพ วงศ์แก้ว, 2562) การที่ไทยไม่สามารถยกระดับการผลิต เพราะแรงงานไทยมีผลผลิตการผลิตต่ำ ขาดการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่จะนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ผลผลิตจากการลงทุนด้านการศึกษาไม่ตรงกับความต้องการของภาคเอกชน ระบบโลจิสติกส์ยังต้องพัฒนา ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาด



เล็กยังเข้าไม่ถึงแหล่งทุน (ADB, 2015) ส่วนวิจัยกรุงศรีได้จัดทำดัชนีวัดศักยภาพของอุตสาหกรรมโดยเปรียบเทียบ 64 ประเทศซึ่งครอบคลุมการค้าประมาณร้อยละ 93 ของการค้าโลกทั้งหมดเพื่อวัดความสามารถในการแข่งขันเชิงคุณภาพและเชิงผลลัพธ์โดยดูจากผลิตภาพแรงงาน สัดส่วนการส่งออกมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรม และมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในประเทศ

การศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพอุตสาหกรรมอยู่ในอันดับที่ 35 และมีอุตสาหกรรมไทยที่ติด 1 ใน 15 อันดับ ของโลกอยู่ 7 อุตสาหกรรมด้วยกัน ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตถ่านโค้กและผลิตภัณฑ์จากการถลุงน้ำมัน (อันดับ 9) อุตสาหกรรมยางและพลาสติก (อันดับ 9) อุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม (อันดับ 11) อุตสาหกรรมสุขภาพ (อันดับ 11) อุตสาหกรรมนันทนาการ (อันดับ 13) อุตสาหกรรมค้าปลีก และค้าส่ง (อันดับ 14) อุตสาหกรรมสิ่งทอ (อันดับ 15) ส่วนอุตสาหกรรมไทยที่ติด 3 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้าง (อันดับ 64) อุตสาหกรรมการศึกษา (อันดับ 60) และอุตสาหกรรมไอที (อันดับ 61) ที่น่าสนใจกว่านี้ก็คือมีประเทศในอาเซียนอื่น ๆ ที่มีอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพโดดเด่นจนติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก เช่น เวียดนามในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอ สิงคโปร์ในกิจการเกี่ยวกับการเงินและคอมพิวเตอร์ อินโดนีเซียจะขานาญเป็นลำดับ 5 เรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเรามักจะคิดว่าไทยเป็นเอกในอาเซียน (กรุงเทพธุรกิจ: <https://www.bangkokbiznews.com>) นอกจากนี้ ประเทศเพื่อนบ้านยังมีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด เช่น เวียดนาม และกัมพูชาซึ่งจะทำให้ประเทศไทยแข่งขันได้ยากขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า (วิจัยกรุงศรี, กรกฎาคม 2564) ก๊าซในอ่าวไทยจะเริ่มหมดลงภายในประมาณ 15 ปีข้างหน้านี้ รัฐบาลไทยยังคงฝากความหวังไว้กับการพัฒนาของเขตเศรษฐกิจพิเศษ สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curve) ใหม่ในภาคตะวันออกที่จะนำพาประเทศไทยไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 ให้เป็นประเทศที่ก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลางโดยมีอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้นวัตกรรมมารีวิจัยเป็นฐาน โดยตั้งเป้าการจัดสรรงบประมาณสูงถึง 1.5 ล้านล้านบาท แต่อุตสาหกรรมยุคใหม่ที่จะสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ ไม่ใช่อุตสาหกรรมการผลิตแบบเดิม ๆ ที่ผู้ประกอบการไทยมีความถนัดอีกต่อไป แต่ต้องอาศัยความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมและบุคลากรด้านดิจิทัลในอุตสาหกรรมยุคใหม่ของไทยมีน้อยมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตประเภทไฮเทค การดึงดูดแต่ทุนอย่างเดียวให้ลงที่ EEC จึงไม่น่าจะเพียงพอ รัฐบาลมีความจำเป็นต้องส่งเสริมการนำเข้าบุคลากรจากต่างประเทศและต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมในเมืองในปัจจุบันให้เป็นอุตสาหกรรม 4.0 ที่อาศัยนวัตกรรม และความรู้ ใช้หุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์โดยไม่ต้องอาศัยแรงงานไร้ทักษะต่างชาติยิ่งอุตสาหกรรมการศึกษาของไทยอยู่ในลำดับที่ 60 จาก 76 อันดับของโลก ความต้องการบุคลากรต่างชาติก็ยิ่งจำเป็นมากขึ้น

**ศักดา สารพัดวิทยา** ผู้จัดการ บริษัท ทโรปิคอลเทค จำกัด ให้ความเห็นว่า สำหรับเมืองไทยอาจยังต้องใช้เวลาอีกสักระยะในการปรับตัวสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ธรรมชาติของอุตสาหกรรมในบ้านเราเป็นอุตสาหกรรมที่ยังต้องพึ่งพาฝีมือแรงงานอยู่มาก การตัดสินใจใช้ระบบอัตโนมัติในการปฏิบัติงานแบบทั้งระบบอาจไม่เป็นผลดีเท่าที่ควร เนื่องจากอาจเป็นการลงทุนที่เกินความจำเป็น ของบางอย่างไม่จำเป็นต้องพึ่งระบบอัตโนมัติเสมอไป จึงควรนำปรับใช้เป็นแบบกึ่งอัตโนมัติน่าจะดีกว่า เพราะบริบทของอุตสาหกรรมในบ้านเราต้องการการทำงานที่ใช้ฝีมือ แต่อย่างไรก็ตาม ระบบอัตโนมัติขั้นสูงก็จะเหมาะกับบางระบบ เช่น ระบบที่ต้องการความแม่นยำสูงๆ ที่คนไม่สามารถทำงานได้ จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเป็นหลัก อาจใช้วิธีการบริหารจัดการรูปแบบอื่นๆ และใช้ออโตเมชันมาเสริมเรามีบุคลากรที่มีคุณภาพอยู่แล้ว ควรที่จะนำมาปรับใช้ให้เหมาะกับธรรมชาติของแต่ละองค์กรมากกว่า



“สำหรับภาคการผลิต มีการลงทุนด้านระบบอัตโนมัติเพิ่มขึ้นด้วยเป้าประสงค์หลายประการ อาทิ ลงทุนเพื่อเพิ่มรายได้ ลงทุนเพื่อลดรายจ่าย หากพิจารณาว่าการลงทุนนั้นสามารถตอบโจทย์ความต้องการทั้งสองประการข้างต้นได้ การลงทุนนั้นย่อมดีแน่นอน แต่อาจต้องวิเคราะห์เพิ่มว่า ระบบนั้นถ้านำมาใช้งานแล้วจะมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนหรือไม่หรือจะเป็นประโยชน์ต่อชีวิตพวกเขาเหล่านั้นมากกว่ากัน หากออโตเมชันสามารถมาทดแทนการทำงานของคน แล้วบริหารจัดการและพัฒนาให้คนๆ นั้นมีศักยภาพในการทำงานที่ดีขึ้น หรือพัฒนาไปสู่การทำงานในด้านอื่นที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับชีวิตเขานับว่าเป็นสิ่งที่ดี เมื่อคนมีการพัฒนา ก็ส่งผลให้องค์กรได้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้นเป็นผลพลอยได้” คุณศักดา สารพัดวิทยา กล่าวเสริม “มากไปก็ไม่ดี น้อยไปก็ไม่ควร” เป็นบทสรุปได้เป็นอย่างดีสำหรับอุตสาหกรรมในประเทศไทยหากจะต้องนำเอาระบบอัตโนมัติ หรือ ออโตเมชัน มาใช้งาน สิ่งสำคัญอยู่ที่ “จุดตรงกลาง” กล่าวคือ จะต้องพิจารณาการใช้งานเทคโนโลยีอัตโนมัติให้เหมาะสมกับบริบทของอุตสาหกรรมในประเทศไทย ใช้เพื่อพัฒนา และปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น แต่ต้องไม่กระทบต่อวิถีชีวิตของคนที่น่าจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด

### การพัฒนาอุตสาหกรรม

**พัฒนา** หมายถึงการทำให้เจริญ ทำให้ดีขึ้น **การพัฒนาอุตสาหกรรม** จึงหมายถึง การให้ภาคอุตสาหกรรมเจริญขึ้น คำว่า การพัฒนาอุตสาหกรรม ในภาษาอังกฤษ คือ industrial development แต่ยังมีอีกคำที่ใช้กันมากคือ industrialization ในภาษาอังกฤษสองคำนี้ มีความหมายที่แตกต่างกันบ้าง คำว่า industrial development หมายถึง การพัฒนาอุตสาหกรรม แต่คำว่า industrialization มีความหมายไปในทางทำให้หรือกลายเป็นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมากกว่า ถ้าประเทศใดมี industrialization แล้ว กิจกรรมอุตสาหกรรม เช่น สินค้าที่ผลิตได้และการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมของประเทศจะมีสัดส่วนที่สูงขึ้น เราจึงมักจะเรียกประเทศที่มีความเจริญของอุตสาหกรรมว่าเป็นประเทศอุตสาหกรรม (industrial country) แต่ประเทศที่มีอุตสาหกรรมมาก ก็อาจมีการด้อยพัฒนาของอุตสาหกรรมในบางลักษณะ เช่น มีเทคโนโลยีที่ล้าสมัย หรือมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าต่ำ อย่างไรก็ตาม คำว่า industrial development กับ industrialization มักจะใช้ปะปนกัน ซึ่งหมายถึงการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของการพัฒนาอุตสาหกรรมประเทศต่าง ๆ มักถือเอาการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนานำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ประชาชนมีรายได้ และมีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น การพัฒนาอุตสาหกรรมจึงถือกันว่าเป็นแนวทางสำคัญที่จะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางด้านอื่น ๆ เช่นการพัฒนาเทคโนโลยีและคุณภาพของคน ด้วยเหตุนี้เอง คำว่า “การพัฒนาอุตสาหกรรม” กับ “การพัฒนาเศรษฐกิจ” จึงมีการใช้ปะปนกันและบางคนถือว่ามีความหมายอย่างเดียวกัน

ในช่วงทศวรรษแรกที่มีการส่งเสริมการส่งออก นโยบาย และมาตรการการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าหลายอย่าง เช่น การเก็บภาษีศุลกากรในสินค้าอุตสาหกรรมที่มีการนำเข้าภายในประเทศในอัตราสูง และการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าโดยการให้สิทธิพิเศษโดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แม้นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเริ่มหันไปในทิศทางส่งเสริมการส่งออก โดยมีมาตรการรองรับหลายประการ



ทั้งการคืนอากรในวัตถุดิบนำเข้าสำหรับการผลิตอุตสาหกรรมที่มีการส่งออก และการให้สิทธิประโยชน์ การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมส่งออก รวมทั้งการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศใน อุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก ในเวลาต่อมา เมื่อมีการส่งเสริมการลงทุนในสินค้าอุตสาหกรรม ประสบความสำเร็จในการผลิตต้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างชัดเจน จึงมีการปรับเปลี่ยนนโยบาย เพื่อลดการคุ้มครองอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าลง เช่น การลดภาษีศุลกากร การลดการส่งเสริม อุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าโดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน แม้ภาคอุตสาหกรรมไทยจะมีการ เจริญเติบโตมาก จนภาคอุตสาหกรรมกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากในผลิตภัณฑ์ มวลรวมประชาชาติ(GDP) แต่การเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมก็มีการชะลอตัวลงอย่างมากในช่วง ทศวรรษ 1990 หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 1997 แม้เศรษฐกิจไทยมีการฟื้นตัวขึ้นมาได้ใน ช่วงเวลาไม่กี่ปี แต่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจรวมทั้งการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม การ ส่งออกก็ได้ชะลอตัวลงไปมาก

### การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไทย

เดิมประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมในขอบเขตที่จำกัด ในสมัยกรุงศรีอยุธยาและ ตอนต้นของกรุงรัตนโกสินทร์ อุตสาหกรรมที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นการผลิตสินค้าหัตถกรรม และการแปรรูปลินค้าเกษตรอย่างง่าย ๆ ต่อมาจึงมีการตั้งโรงสีข้าว โรงเลื่อย โรงเหล้า โรงเบียร์ โรงน้ำตาล และ โรงงานปูนซีเมนต์ที่มีลักษณะเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ในช่วงเวลาสิบกว่าปีหลังสงครามโลกครั้งที่สอง นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมเน้นเรื่องการลงทุนโดยรัฐ มีการก่อตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อผลิตสินค้า อุตสาหกรรมหลายแห่ง สินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตโดยรัฐวิสาหกิจมีอยู่หลายอย่าง เช่น สิ่งทอ น้ำตาล กระดาษ การทอกระสอบ การดำเนินนโยบายของรัฐวิสาหกิจโดยทั่วไปไม่มีประสิทธิภาพ และกิจการ เอกชนมีความลังเลใจในการลงทุนผลิตสินค้าอุตสาหกรรม เพราะต้องแข่งขันกับรัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นจากการลงทุนของเอกชนในช่วงเวลานั้นจึงมีไม่มาก และส่วนมากมีขนาดเล็ก เช่น โรงสีข้าว โรงเลื่อย และสินค้าหัตถกรรม ต่อมา การศึกษาของธนาคารโลกในปี 1957 มีการแนะนำให้ รัฐบาลไทยละเว้นการลงทุนโดยตรงในภาคอุตสาหกรรม และส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นผู้ลงทุน โดย รัฐบาลให้การสนับสนุนด้านการสร้างสิ่งสาธารณูปโภค เช่น การปรับปรุงด้านพลังงานไฟฟ้า และการ คมนาคมขนส่ง ข้อเสนอให้มีการนำสู่การปฏิบัติโดยรัฐบาลไทยในสมัยต่อมาในปี 1960 มีการตรา พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุนในกิจกรรมอุตสาหกรรมขึ้น เพื่อให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนตาม พ.ร.บ. นี้ การศึกษา ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย จึงถือกันว่าประเทศไทยเข้าสู่ยุคที่มีอุตสาหกรรมใหม่ตั้งแต่ประมาณ ปี 1960 เป็นต้นมา เพราะหลังจากนั้นมีอุตสาหกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก มีการลงทุนจาก ต่างประเทศในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า การประกอบรถยนต์และ รถจักรยานยนต์ เคมีภัณฑ์ และสิ่งทอ เป็นต้น

การพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วง 10 ปีแรก ตั้งแต่ ค.ศ. 1960 ถึง ค.ศ. 1969 เน้นกลยุทธ์การ ทดแทนการนำเข้า (import substitution) เป็นสำคัญ มีการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนสินค้าที่ก่อนหน้านี้ มีการนำเข้ามาเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ (Published by somsaktham :<https://laymaneconomicsblog.wordpress.com>) รวมทั้งสินค้าที่มีลักษณะเป็นการประกอบ ชิ้นส่วน เช่น การประกอบรถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ต่อมาตั้งแต่ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 3 (ค.ศ. 1972-1976) จึงมีการเริ่มส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออกมากขึ้น ทั้งนี้เกิดขึ้นด้วยเหตุผลหลาย ประการ คือ อุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าบางประเภทเริ่มมีการชะลอตัวลง และมีการวิพากษ์วิจารณ์



กันมากกว่า การทดแทนการนำเข้าในภาคอุตสาหกรรมมีส่วนช่วยในการประหยัดเงินตราของประเทศได้ไม่มาก เพราะสินค้าทุน สินค้าชั้นกลาง และวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการนำเข้า ทั้งยังมีผลก่อให้เกิดการกระจุกตัวของโรงงานอุตสาหกรรมใกล้กรุงเทพฯ เพราะโรงงานจะตั้งอยู่ในแหล่งที่ใกล้ตลาด และในเขตที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมมูล นักวิชาการสมัยนั้นต่างก็สนับสนุนกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรม เพราะเห็นว่าการพัฒนาการส่งออกทำให้อุตสาหกรรมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น มีการประหยัดจากขนาด (economies of scale) เพราะมีตลาดโลกเป็นตลาดรองรับ และไทยก็มีข้อได้เปรียบทางด้านแรงงาน และวัตถุดิบทางการเกษตร การได้เห็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เกาหลีใต้ และไต้หวันที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากจากการพัฒนาการส่งออก ก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้วย ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา อุตสาหกรรมส่งออกของไทย ก็มีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมาตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษ อุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของไทยในระยะแรกๆ ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร สิ่งทอ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป ต่อมาสินค้าออกของไทยก็มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งอัญมณี ผลิตภัณฑ์พลาสติก และเซรามิก เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องไฟฟ้าบางชนิด ในช่วงตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1987 เป็นต้นมา การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนในค่าของเงินในประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี และประเทศอื่นๆ ประกอบกับการมีบรรยากาศการลงทุนที่ดีของไทย มีส่วนกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศไทยในหลายอุตสาหกรรม ทั้งอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนรถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนสินค้าชั้นกลางและสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก การลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากและมีความหลากหลายมากขึ้น

ในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษ 1980 เงินบาทมีค่าสูงขึ้นตามค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ จึงมีผลกระทบต่อ การส่งออก รัฐบาลไทยต้องมีการปรับลดค่าเงินบาทในปี 1981 และ 1984 ในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 1980 การลดลงของอัตราดอกเบี้ยและราคาน้ำมัน และการปรับตัวของค่าเงินในสกุลสำคัญของโลก ควบคู่กับการปรับค่าเงินบาทในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้การส่งออก จากประเทศไทย โดยเฉพาะการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรมมีการขยายตัวในอัตราสูง การปรับตัว สูงขึ้นของค่าเงินเยนญี่ปุ่น และค่าเงินของประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ประกอบกับบรรยากาศการลงทุนที่ ดีของประเทศไทย ทำให้มีเงินทุนจากต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมาก ในช่วงปี 1987-1992 นอกจากปริมาณการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว โครงสร้างการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมในช่วงนี้ก็ การเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีการลงทุนในอุตสาหกรรมส่งออก อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และ ชิ้นส่วนมากขึ้น ซึ่งมีส่วนทำให้โครงสร้างของภาคอุตสาหกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยมีการผลิต ชิ้นส่วน อุปกรณ์ และสินค้าชั้นกลางมากขึ้น นอกจากการลงทุนโดยตรงแล้ว การลงทุนในตลาด หลักทรัพย์ก็มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในช่วงนี้ สถานการณ์เศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เอื้ออำนวยนี้มีผลทำ ให้เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวในอัตราที่สูง ราคาที่ดิน อสังหาริมทรัพย์และราคาหลักทรัพย์ต่างก็ ขยายตัวสูงขึ้นไปมาก ในช่วงปี 1988-1990 เศรษฐกิจไทยมีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก มีการ เจริญเติบโตในระดับสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปีติดต่อกันถึง 3 ปีหลังจากนั้น เศรษฐกิจไทยก็มีการขยายตัว อย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี การไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศนับว่ามีส่วนทำให้เกิดการเจริญเติบโต ของเศรษฐกิจไทยในช่วงนี้ และนำไปสู่การใช้นโยบายการเปิดเสรีทางการเงินช่วงเวลาต่อมา

**สถานการณ์อุตสาหกรรมไทยในช่วง วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ**



ในทศวรรษ 1990 สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปมาก ประกอบกับการใช้ง่ายที่เกินตัวของภาครัฐและภาคเอกชนในช่วงที่เศรษฐกิจไทย ขยายตัวในอัตราสูงได้สร้างปัญหาทางเศรษฐกิจจนลุกลามไปสู่ วิกฤตการณ์ในเวลาต่อมา ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1990 ประเทศไทยต้องประสบกับการขาดดุลในดุลบัญชีเดินสะพัดที่สูงมาก การเปิดเสรีทางการเงินก็ส่งผลให้มีเงินทุนไหลเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ในช่วงเวลานั้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยมีระดับที่สูงกว่าอัตราในต่างประเทศมาก จึงทำให้ภาคเอกชนในประเทศไทยมีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาก การไหลเข้าของเงินตราต่างประเทศทั้งจากการลงทุนโดยตรง การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์และเงินทุนจากการกู้ยืมช่วยทำให้เศรษฐกิจไทยมีการเจริญเติบโตต่อไปโดยยังมีดุลการชำระเงินที่เกินดุล และทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายที่สูงมาก ในปี 1995 และ 1996 การขาดดุลในบัญชีเดินสะพัดเพิ่มสูงขึ้นมากจนถึงขีดอันตราย ในขณะที่เดียวกัน การส่งออกของสินค้าไทยกลับมีการขยายตัวลดลงไปมาก ในปี 1996 การส่งออกของไทยมีอัตราการขยายตัวที่ติดลบ หลังจากที่มีการขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน ในช่วงเวลานั้น หลายฝ่ายต่างมีความกังวลถึงการลดลงของความสามารถในการแข่งขันของไทย การขาดดุลในดุลการค้าในอัตราสูงประกอบกับความไม่เสถียรภาพในภาคการเงิน ทำให้ นักธุรกิจและประชาชนทั่วไปเริ่มคาดคะเนว่า สถาบันการเงินอาจต้องประสบกับการล้มละลายและรัฐบาลอาจต้องประคองค่าเงินบาทลง จึงแห่กันไปถอนเงินจากระบบธนาคารและเก็งกำไรในค่าเงินจนมีผลลุกลามเป็นวิกฤตการณ์ทางการเงินครั้งใหญ่ในปี 1997-1998

หลังวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ หลายฝ่ายตระหนักถึงปัญหาและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมไทย และการลดน้อยลงในขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย รัฐบาลไทยด้วยความร่วมมือของภาคเอกชน จึงได้จัดทำแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมขึ้นในปี 1998 แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมนี้ เป็นผลการระดมความคิดระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐบาล นักวิชาการ และผู้ประกอบการเอกชนในสาขาต่างๆ มีการกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ อภิปรายถึงปัญหาและอุปสรรค และวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยระบุถึงจุดแข็งจุดอ่อน ข้อจำกัดและโอกาสในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม จนกระทั่งมีการกำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมขึ้นในอุตสาหกรรม 13 สาขา ซึ่งครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของประเทศ และมีการกำหนดแผนและโครงการภายใต้แผนปรับโครงสร้าง โดยมีการจัดสรรงบประมาณขึ้นเพื่อดำเนินการตามแผน

ต่อมาในปี ค.ศ. 2000 รัฐบาลไทยก็มีการกำหนดโครงการในแผนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมในขั้นที่สองขึ้น แต่แผนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งสองระยะนี้ส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำการปฏิบัติ โดยรัฐบาลในสมัยต่อมาหันไปสนใจปัญหาเศรษฐกิจในด้านอื่น เช่น การพุงราคาพืชผลทางการเกษตร และการกระตุ้นอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้น สำหรับนโยบายอุตสาหกรรม ก็มีการกล่าวถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และมีการกำหนดมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น ยานยนต์ และสิ่งทอ โดยมีคำขวัญว่า กรุงเทพฯเมืองแพชั่น และให้ประเทศไทยมีเมืองดีทรอยท์(Detroit)แห่งเอเชีย ทางกระทรวงอุตสาหกรรมก็มีการกำหนดแผนแม่บทอุตสาหกรรมออกมามากหลายแผน แต่นโยบายและมาตรการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ดูเหมือนว่ามีอยู่เป็นจำนวนมากนี้ กลับไม่มีการแปลงสู่การปฏิบัติ เพราะไม่มีมาตรการรองรับที่ชัดเจน และยุทธศาสตร์หรือนโยบายหลายอย่างก็ไม่มีคำตอบเนื่องทั้งในระดับนโยบายและในระดับปฏิบัติ นโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ในสมัยหนึ่ง รวมทั้งแผนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม



ซึ่งเป็นผลจากการระดมความคิดของบุคคลฝ่ายต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรม เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลก็ได้หยุดลงโดยไม่มีผู้ใดกล่าวถึงอีก

ตามทฤษฎีของการเจริญเติบโตนั้น ประเทศจะไม่สามารถเจริญอย่างก้าวกระโดดได้หากอาศัยแต่เพียงทุน และแรงงานเท่านั้น แต่จะต้องมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมการผลิตทั้งจากด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ด้านการจัดการ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนระเบียบกฎหมายหรือนโยบายซึ่งตัววัดปัจจัยเร่งการเจริญเติบโตที่เป็นปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทุนหรือแรงงานนี้เรียกรวม ๆ ว่าผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) การศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ผลิตภาพการผลิตรวมของไทย TFP ซึ่งวัดจากปัจจัยขับเคลื่อนนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐาน เช่น เทคโนโลยีและนวัตกรรมในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีแนวโน้มลดลง การศึกษา TFP ในระดับอุตสาหกรรมไทยพบว่า อุตสาหกรรมที่มี TFP เพิ่มขึ้นจากปี 2549 มีเพียง 4 กลุ่มคือ วัสดุรีไซเคิล ยาสูบ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ทีวีและอุปกรณ์โทรคมนาคม (อาชีวปริวัฒน์, ฐิติมา ชูเชิด และนครินทร์ อมเรศ, 2561) การศึกษาของสถาบันวิจัยปว๊วย อังภากรณ์ ภายใต้ธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าโครงสร้างการผลิตทางอุตสาหกรรมที่พิจารณาจากข้อมูลส่งออกในช่วงปี 2544-2559 สินค้าส่งออกของไทยมีความหลากหลายมากขึ้น มีความซับซ้อนเชิงอุตสาหกรรมมากขึ้นด้วย

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการ

การผลิต และการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดโลก นับวันจะมีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เคยเน้นตลาดในประเทศ เริ่มหันมาส่งเสริมการส่งออกและชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศ ประเทศเหล่านี้บางประเทศ เช่น จีน เวียดนาม และอินเดีย มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ และมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าไทย การส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรมไทยจึงต้องประสบกับการแข่งขันมากขึ้น และสินค้าไทยที่เคยมีข้อได้เปรียบโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องอาศัยทรัพยากรและแรงงานที่อาศัยเทคโนโลยีที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก เริ่มต้องสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้แก่ประเทศอื่น ๆ ไปบ้างการเปลี่ยนแปลงในยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม จากกลยุทธ์การส่งเสริมอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า สู่การส่งเสริมการส่งออกของไทยประสบความสำเร็จอย่างงดงาม ตั้งแต่เริ่มมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออกในช่วงต้นทศวรรษ 1970 เป็นต้นมาจนถึงต้นทศวรรษ 1990 ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มีระดับสูงประเทศหนึ่งของโลก การเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมมีส่วนสำคัญต่อการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจไทยเป็นเวลาติดต่อกัน และการเจริญเติบโตของการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตสูงมากในเวลากว่าสองทศวรรษก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทย

**การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic analysis)** การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการเริ่มแรกของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ การกำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) เป้าประสงค์ (Goal) และ/หรือ วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Target) นโยบายองค์กร(Organization policy) ตามแต่ละองค์กรจะเลือกกำหนดใช้



### ปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอดีต

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมช้ากว่าประเทศอื่น ๆ หลายประเทศที่มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกัน เช่น เกาหลี ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ สาเหตุสำคัญอาจเป็นเพราะประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีสินค้าส่งออกทางการเกษตรที่สำคัญ เช่น ข้าวและยาง ที่สามารถสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศได้ ในตอนต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมสมัยใหม่ประเทศไทยก็มุ่งผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศ แต่เมื่อมีการพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออก ประเทศไทยก็สามารถมีการขยายการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมได้อย่างรวดเร็วการพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 1960 ถึง 1990 มีปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญหลายประการ คือ :

1) การเจริญเติบโตโดยรวมของเศรษฐกิจไทยอยู่ในเกณฑ์สูง และมีเสถียรภาพ ทำให้ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวในอัตราสูง นักลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุน เพราะไม่ต้องประสบกับความผันผวนด้านราคาสินค้า ค่าเงิน และการเปลี่ยนแปลงในนโยบาย

2) การมีปัจจัยการผลิตในสินค้าอุตสาหกรรม คือ แรงงานมีราคาไม่แพง และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ นับว่ามีส่วนเอื้ออำนวยการพัฒนาอุตสาหกรรมมาก พุดในภาษาใช้ในเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศก็คือ ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ในการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงาน และทรัพยากรความเข้มข้น

3) นโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น การสร้างสิ่งสาธารณูปโภค การส่งเสริมการลงทุนโดยเอกชน การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากการทดแทนการนำเข้าสู่การส่งออก ล้วนมีส่วนทำให้อุตสาหกรรมเจริญเติบโต

4) สถานการณ์ในตลาดโลก เช่น การจำกัดปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในช่วงต้นของการส่งเสริมการส่งออกสิ่งทอไทย และการปรับเปลี่ยนค่าเงินของสกุลเงินต่างๆ มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออก และกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมไทยในปริมาณมาก

5) ความพยายามของภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรม เช่น การให้สิทธิประโยชน์ และสิ่งจูงใจแก่ผู้ส่งออก การพยายามปรับปรุงคุณภาพสินค้าและความพยายามในการหาตลาดต่างประเทศ กล่าวได้ว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในช่วงห้าทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ประโยชน์จากการส่งเสริมอุตสาหกรรมของรัฐบาลในสมัยต่าง ๆ และจากการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของเศรษฐกิจโลก ในการพัฒนาอุตสาหกรรม ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงาน และทรัพยากร และจากการเป็นผู้มาทีหลัง (late-comer) ในการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถอาศัยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาแล้วจากต่างประเทศมาใช้ประโยชน์ สถานการณ์ของตลาดโลกทั้งการขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ ก็มีส่วนช่วยให้มีการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรม ในช่วงแรกของการเปลี่ยนแปลงยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจากการเน้นการทดแทนการนำเข้าสู่การส่งเสริมการส่งออก ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าออกที่ประเทศเรามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิต เช่น อาหาร สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

อุตสาหกรรมที่สำคัญมากขึ้นได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ พลาสติกเคมี และผลิตภัณฑ์จากยางพารา อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จนี้กระจุกตัวอยู่ในบริษัทส่วนน้อย



และบางบริษัทก็มีขนาดเล็กเกินกว่าที่จะเติบโต และยังกระจุกตัวอยู่ในบางจังหวัด ได้แก่ ระยอง กรุงเทพฯ และปริมณฑล ออยุธยา ฉะเชิงเทรา

## สรุป

แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการด้านอุตสาหกรรมในประเทศไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้น จำเป็นต้องผลักดันให้ภาคการผลิตมีความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนซึ่งการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ โดยการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลิตภาพ มูลค่า และมาตรฐานรวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง และแข่งขันได้ในเวทีโลก ซึ่งสามารถทำได้โดยการพัฒนาปัจจัยสนับสนุน ทั้งในด้านกฎหมายและกฎระเบียบ การอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และการบูรณาการนโยบาย/แผนงานกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะเอื้อให้เกิดการลงทุน และลดอุปสรรคในธุรกิจอุตสาหกรรม นอกจากนี้การส่งเสริมสถานประกอบการที่เป็นมิตรต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม จะอาศัยการกำกับดูแลอย่างทั่วถึง การถ่ายทอดองค์ความรู้และการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังขาดไม่ได้ คือ การพัฒนาองค์กรและบุคลากรของกระทรวงอุตสาหกรรมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

พัฒนามาตรฐาน การตรวจสอบรับรองกระบวนการและผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับภาคอุตสาหกรรม และเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และประชาชนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศและอุตสาหกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในอนาคต โดยพัฒนาผู้ประกอบการ และบุคลากรภาคอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เป็นผู้มีสมรรถนะสูง ทั้งด้านทักษะการผลิต การบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มผลิตภาพและพัฒนามาตรฐานให้ภาคอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรม มีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น





## เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ เลิศชูสกุล. **คนรุ่นใหม่: การเปลี่ยนผ่านและทางออกประเทศไทย ใน BOT Symposium 2021: สร้างภูมิคุ้มกัน ผลักดันเศรษฐกิจไทย**, 30 กันยายน 2564 กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2564.
- รชฎา เลียงจันทร์. **วิจัยกรุงศรีชวนคิด “อุตสาหกรรมไทย” อยู่ตรงไหน-จะแข่งขันอย่างไรในเวที โลก . THAI PUBLICA ไทยพับลิก้า-กล้าพูดความจริง (1 กรกฎาคม 2564).** แหล่งที่มา. <https://thaipublica.org/2021/07/krungsri-research-how-competitive-is-thai-industry-on-the-world-stage/> เข้าถึงเมื่อ 5 กรกฎาคม 2564
- วิทยา ด่านธำรงกุล. **“เตรียมตัวเข้าสู่ยุค Metaverse.”** กรุงเทพธุรกิจ. (29 กันยายน): 2564.
- สมประวิณ มั่นประเสริฐ และ ก้องภพ วงศ์แก้ว. **“Inside-Out” โมเดลการเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. aBRIDGEd article, (6 พฤศจิกายน 2562) แหล่งที่มา [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=7161](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=7161). เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2564.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. **ประเทศไทยในอนาคต Future Thailand: มติที่ 8 การเมืองไทย**. กรุงเทพมหานคร: รายงานวิจัยเสนอต่อสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. 2564.
- อาชวี ปวีณวัฒน์, ฐิติมา ชูเชิด และ นครินทร์ อมเรศ. **“ไขปริศนาผลิตภาพของไทยด้วยกฎเกณฑ์ข้อมูลจุลภาค”**. aBRIDGEd article, (26 ตุลาคม) แหล่งที่มา [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=6207](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=6207). เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2564.
- Modern Manufacturing. แหล่งที่มา: <https://www.mmthailand.com>.





## พระพุทธศาสนาและพลังงานไบโอพลาสมา

ดร.ศรีสุคนธ์ ศักดิ์กำจร

พระธรรมบาล ัมปาโล,ดร.

คณะพุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยมจร ประเทศอินเดีย

Received September 24, 2021, Revised October 10, 2021, Accepted December 3, 2021

### บทคัดย่อ

พระพุทธศาสนาสอนเรื่องอนัตตาในจิต และสสารมากกว่าสองพันปี พระพุทธศาสนาถือว่าไม่มีอัตตาหรืออะตอมสสาร ทุกสิ่งทุกอย่างไม่มีแก่นแท้ถาวรที่ตั้งอยู่ได้ในตัวของมันเอง สรรพสิ่งอาศัยกันและกันเกิดขึ้นตลอดเวลาตามหลักปฏิจจสมุปบาท ดังที่ควอนตัมฟิสิกส์ระบุว่าไม่มีอะตอมที่อยู่ได้ตามลำพังตัวเอง โครงสร้างอะตอมประกอบด้วยอิเล็กตรอน โปรตอน และนิวตรอน อนุภาคของอะตอมที่เป็นประจุไฟฟ้าบวก (โปรตอน) และประจุไฟฟ้าลบ (อิเล็กตรอน) ต่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน อิเล็กตรอนวิ่งโคจรรอบนิวเคลียสด้วยความเร็วที่สูงมาก การเกาะกลุ่มของประจุไฟฟ้าเหล่านั้นกลายเป็นอะตอม และประจุไฟฟ้าเหล่านั้นก็ไม่อาจอยู่ได้ตามลำพัง ทั้งหมดต่างอาศัยกัน และกันเกิดขึ้นตามหลักปฏิจจสมุปบาท ในพระพุทธศาสนาจักรวาลในทฤษฎีควอนตัมต่างจากฟิสิกส์ดั้งเดิมของนิวตันก็คือ อะตอมถูกแบ่งย่อยออกไปเป็นองค์ประกอบที่เล็กกว่าซึ่งเป็นประจุไฟฟ้าที่วิ่ง วนกันเองคืออิเล็กตรอน โปรตอน และนิวตรอน อะตอมจึงเป็นสนามพลังงานขนาดจิ๋ว องค์ประกอบย่อยของอะตอมนั้นบางครั้งก็เป็นอนุภาค (Particle) บางครั้งก็เป็นคลื่น (Wave)

พลวัตกรรมขององค์ประกอบย่อยภายในโครงสร้างของอะตอมจึงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะมันมีคุณสมบัติที่เรากำหนดไม่ได้ และมีวงโคจรที่ไม่แน่นอน นี่คือหลักการแห่งความไม่แน่นอน (Uncertainty Principle) หลักการแห่งความไม่แน่นอน (Uncertainty Principle) ของฟิสิกส์ควอนตัมช่วยทำให้เราสามารถสร้างอนาคตของเราได้ใหม่ ชีวิตของเราไม่ได้ถูกลิขิตตายตัวจากอดีต ชีวิตของเรามีความไม่แน่นอนรออยู่ข้างหน้า ถ้าเราหมั่นทำดี เราก็จะเจริญก้าวหน้า ภูมิคุ้มกันนั้นเกิดขึ้นจากพลาสมาแปรรออะตอมทั้ง 5 ของออกซิเจนที่ได้รับจากทวารทั้ง 5 ตา หู จมูก ปาก ลิ้น กาย ให้เป็นเม็ดเลือดขาวด้วยปฏิกิริยา bio-plasma atomic fusion ที่ระเบิดขึ้น เปลี่ยนปาฐิสสารให้กลายเป็น ชีวสารโดยธรรมชาติ เหมือนกับที่เราไฟฟ้าจี้มน้ำแล้วเกิดสิ่งมีชีวิตขึ้นมา เม็ดเลือดขาวทำหน้าที่เป็นผู้คุ้มกันร่างกายของเรา โดยจำนวนมากหรือน้อย ก็ขึ้นกับความบริสุทธิ์ของออกซิเจน สิ่งที่เรารับเข้าไปนั้นมันเป็นลักษณะคลื่นที่มีรหัสอยู่ คลื่นที่ว่าก็อย่างเช่น การแปล pigment ให้เป็นภาพ หรือแปลความถี่ให้เป็นเสียง แปลความถี่จากคลื่นให้เป็นรส

**คำสำคัญ:** พระพุทธศาสนา, พลังงานไบโอพลาสมา



## Buddhism& Bio plasma Energy

Dr.Srisukon Sakkumjorn  
Phra Thamban Thampalo,Dr.  
Faculty of Buddhism.  
Magadh University

### Abstract

Buddhism teaches about selflessness in the mind. And matter for more than two thousand years Buddhism assumes that there is no ego or atomic matter. Everything has no permanent essence that is established in it. All things that relied on each other occur all the time according to the principle of practice. As quantum physics states, no atom exists on its own. The atomic structure is made up of electrons. Protons and neutrons positively charged particles (protons) and negatively charged (electrons) interact with each other. The electrons orbit the nucleus at very high speeds. The agglomeration of those electric charges into atoms. and those electric charges cannot be alone. all live together And each other occurs according to the principle of supplication in Buddhism. The universe in quantum theory differs from Newton's original physics in that atoms are broken down into smaller elements, which are the running electric charges. Cycles among themselves are electrons, protons, and neutrons. Atoms are therefore microscopic fields of energy.

The behavior of the substituents within the atomic structure therefore changes over time. Because it has properties that we cannot define and has an uncertain orbit this is the Uncertainty Principle the Uncertainty Principle of quantum physics allows us to rebuild our future. Our lives are not destined from the past. There is uncertainty ahead in our lives. If we keep doing good we will progress Immunity arises from plasma converting the five oxygen atoms obtained from the anus of the five eyes, ears, nose, mouth, tongue and body into white blood cells by explosive bio-plasma atomic fusion. Transform into a natural bio just like an electric shock in water creates life. White blood cells act as our body's defenses. By a lot or a little it depends on the purity of the oxygen. What we take in is a coded wave pattern. Such waves are like translating pigments into images or translating frequencies into sound. Translate the frequency from the tongue to taste

**Keywords:** Buddhism, Bio plasma Energy



## บทนำ

ธรรมะที่สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสรู้กว่า 2,600 ปีมาแล้วนั้น ล้วนเกี่ยวกับกาย และจิตของมนุษย์ ชีวิตประกอบด้วยรูปขันธ์ และนามขันธ์ คือกาย และใจ (จิต) การศึกษาพุทธ จิตวิทยา คือศึกษาเกี่ยวกับจิต และความสำคัญของจิตที่มีต่อกาย ต่อการเป็นสิ่งมีชีวิต ในทาง พุทธศาสนา จิต สำคัญกว่ากาย มีบทบาทมาก เพราะจิตเป็นต้นกำเนิดของการประพฤติดี – ชั่ว ทางกาย วาจา ความเศร้าหมอง หรือผ่องใสของจิตมีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพใจ จิตยังสามารถทำให้เราไปเกิดในที่ดี (สุคติ) หรือไม่ดี (ทุคติ) ได้อีกด้วย ดังปรากฏในพระไตรปิฎก ความว่า

“...เมื่อจิตเศร้าหมอง ทุคติเป็นอันหวัง.....เมื่อจิตไม่เศร้าหมอง สุคติเป็นอันหวังได้...” (ม.ม.อ. (ไทย) 1/71/181.) จิตจึงมีผลทั้งชาตินี้ชาติหน้า ชาติต่อๆ ไป และเกี่ยวข้องกับการเกิดใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในฝ่ายจิตวิทยาตะวันตก เมื่อศึกษาจิตและพฤติกรรม ไม่ได้กล่าวไปถึงชาติหน้า ภพภูมิ ช่างหน้า หรือการเวียนว่ายตายเกิด แต่จะมุ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของจิตที่แสดงออกมาเป็น บุคลิกภาพ อุปนิสัย ฯลฯ ไม่กล่าวถึงจิตโดยตรง และพยายามศึกษาสาเหตุแห่งอุปนิสัย บุคลิกภาพที่ไม่พึงประสงค์และพึงประสงค์ว่า มีปัจจัยใดที่สามารถควบคุม หรือแก้ไขให้ได้ พฤติกรรม หรือบุคลิกภาพที่ประสงค์เป็นที่พึงพอใจนั้น จึงศึกษาทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อม สมอง ฯลฯ ซึ่งคิดว่ามีผลต่ออุปนิสัย พฤติกรรม ฯลฯ ของมนุษย์ แต่พุทธศาสนาไม่ได้เห็นจิตเป็นเพียงสมอง หรือกล้ามเนื้อหัวใจ จิตเป็นธรรมชาติที่รู้อารมณ์ เป็นสิ่งนามธรรมจับต้องไม่ได้แต่มีลักษณะ มีอำนาจต่างๆ สามารถควบคุม หรือพลิกผันชีวิตมนุษย์ได้ การศึกษาวิเคราะห์จิตที่สัมพันธ์กันกับทุกข์ (ปัญหา) อันเป็นสภาพที่แท้จริงของชีวิต เข้าใจสาเหตุของทุกข์ (ปัญหา) เข้าใจถึงเป้าหมายที่แท้จริงของชีวิต คือ นิโรธ (ความดับทุกข์ ดับปัญหา) รู้วิธีการปฏิบัติเพื่อเผชิญปัญหา โดยไม่ถูกบีบคั้นจากทุกข์ (ปัญหา) ไม่เกิดความท้อแท้ สิ้นหวัง ใ้สู้ และเผชิญกับทุกข์ (ปัญหา) อย่างมั่นคงตามหลักพุทธธรรม จิต (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2546:356) มีลักษณะแตกต่างกันโดยย้อมมี 89 ดวง โดยพิสดาร 121 ดวง จิตออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ 13 กลุ่ม เช่น ในกลุ่มที่ 1 อุกุศลจิต มี 12 ดวง , กลุ่มที่ 2 มหากุศลจิต มี 8 ดวง เป็นต้น

## ศาสนา (religion)

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า ศาสนามีอิทธิพลต่อมนุษย์มาก พฤติกรรมทางศาสนาเป็นองค์ประกอบภายในโครงสร้างบุคลิกภาพที่สามารถกำหนดรูปแบบแนวทางการแสดงออกต่างๆ ของมนุษย์ได้ ไม่ว่าจะเป็นส่วนที่แสดงออกในเรื่องที่เกี่ยวกับความเชื่อถือ ความศรัทธา ค่านิยมต่างๆ อันเป็นวิถีชีวิตที่มนุษย์ยึดถือปฏิบัติอยู่ในสังคม สิ่งเหล่านี้มีบทบาทต่อการแสดงออกที่เป็นปฏิริยาสนองตอบให้เกิดการสร้างสรรคอื่นๆ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม อันเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์

**สุชีพ ปุญญานุภาพ (2532:9) อธิบายความหมาย คำว่าศาสนาหรือ religion ไว้ว่า**

1. ศาสนา คือ ที่รวมแห่งความเคารพนับถืออันสูงส่งของมนุษย์
2. ศาสนา คือ ที่พึ่งทางจิตใจ ซึ่งมนุษย์ส่วนมากยอมเลือกยึดเหนี่ยวตามความพอใจ และความเหมาะสมแก่เหตุแวดล้อมของตน



3. ศาสนา คือ คำสั่งสอน อันว่าด้วยศีลธรรม และอุดมคติสูงสุดในชีวิตของบุคคล รวมทั้งแนวความคิดและแนวการปฏิบัติต่างๆ กันตามคติของแต่ละศาสนา

### กฎแห่งกรรม

กฎแห่งกรรม เป็นกฎธรรมชาติที่พระพุทธเจ้าทรงค้นพบ เป็นสิ่งที่มีอยู่จริง ไม่ใช่พระพุทธเจ้าสร้างขึ้น แต่เป็นกฎที่มีอยู่แล้วชีวิตของเราทุกคน ถูกควบคุมไว้ด้วยกฎแห่งกรรม ไม่มีใครมาควบคุมชีวิตของเรา ชีวิตจะเสื่อม จะเจริญ จะสุข จะทุกข์จะก้าวหน้าจะถอยหลัง จะอายุสั้น จะอายุยืนขึ้นอยู่กับกรรม คือการกระทำของเราทั้งสิ้นไม่ใช่ขึ้นอยู่กับอำนาจดวงดาว หรืออำนาจสิ่งภายนอกอื่น ๆ ใดที่จะมาดลบันดาลชีวิตของเราให้เป็นอย่างไรนัยอย่างนั้นนอกจากกฎแห่งกรรม

กฎแห่งกรรมในพระพุทธศาสนา ตรงกับกฎของนิวตัน คือ กฎกิริยา (Action) และปฏิกิริยา (Reaction) ซึ่งเป็นกฎทางด้านวัตถุธรรมที่เราทำก็เหมือนกัน ถ้าทำกรรมดีผลตอบสนองก็เป็นกรรมดีถ้าทำกรรมไม่ดีผลตอบสนองก็เป็นเรื่องไม่ดีนี้เป็นกฎทางด้านจิตใจ ถ้าถามว่า “ทำไมคนเราจึงเกิดมาแตกต่างกัน” คำตอบนี้พระพุทธเจ้าตรัสไว้ใน จุฬกัมมวิภังคสูตรว่า “กัมมัง สัตเต วิภังชติยะติทังหีนัปะณิตตะตายะ” “กรรมย่อมจำแนกสัตว์โลกให้แตกต่างกัน คือ เลวทราม และประณีต”

คนสมบูรณ์แบบ หรือมนุษย์โดยสมบูรณ์ซึ่งถือได้ว่าเป็นสมาชิกที่ดีมีคุณค่าอย่างแท้จริง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นคนเต็มคน ควรมีคุณสมบัติ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. อดัมยัญญาตา รู้หลักและรู้จักเหตุ
2. อดถัญญาตา รู้ความมุ่งหมายและรู้จักผล
3. อดตัญญาตา รู้จักตนว่ามีความรู้ ความถนัด ความสามารถ และคุณธรรมมากน้อยแค่ไหน แล้วประพฤติปฏิบัติให้เหมาะสม ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงตนให้เจริญงอกงามยิ่งขึ้น
4. อดัตตัญญาตา รู้จักประมาณ คือ รู้จักพอดีในกิจที่ทำ คำที่พูดตลอดการใช้จ่ายบริโภค
5. อดกาลัญญาตา รู้จักกาลเวลาอันเหมาะสม เช่นรู้ว่าเวลาไหนควรทำอะไร ทำให้ตรงเวลา เป็นเวลา ทันเวลา ให้ถูกเวลาและเต็มเวลา
6. อดริสญญาตา รู้จักชุมชน คือ รู้ว่าชุมชนนี้เมื่อเข้าไปหา ควรทำกิจอย่างนี้พูดอย่างนี้มีวัฒนธรรมประเพณีอย่างนี้มีความต้องการอย่างนี้ควรบำเพ็ญประโยชน์ให้อย่างนี้ๆ เป็นต้น
7. อดบุคคลัญญาตา รู้จักบุคคล คือ เข้าใจความแตกต่างของบุคคลโดยอัธยาศัย ความสามารถ และคุณธรรม เป็นต้น และรู้ว่าควรคบหรือไม่จะยกย่อง จะตำหนิหรือจะแนะนำสั่งสอนอย่างไร จึงจะได้ผลดีดังนี้ เป็นต้น

### พระพุทธเจ้าทรงประณิพพานกว่า 2,600 ปี

การค้นหาคำความจริงเกี่ยวกับโลก ทางหนึ่ง ค้นหาโลกในทางกายภาพ หรือทางฟิสิกส์ โดยนักวิทยาศาสตร์ อีกทางหนึ่ง โดยสมาธิหรือฌานพระพุทธเจ้า รู้จักโลกด้วย “พุทธญาณ” พุทธญาณเกิดจากสมาธิหรือฌาน คำว่า “โลกกลม” และคำว่า “ขอบจักรวาล” มีกล่าวถึงในพระไตรปิฎก (ซึ่งกล่าวโดยพระพุทธเจ้า) วิทยาศาสตร์รู้จักโลกโดยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ เช่น ตัวเลข (ทางคณิตศาสตร์) เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ เช่น กล้องจุลทรรศน์ส่วนพระพุทธเจ้ารู้จักโลกด้วยกำลังแห่งฌาน พระพุทธเจ้า กล่าวถึงโลก และจักรวาล มิใช่เพื่อบอกว่า โลกและจักรวาลมีสภาพเป็นอย่างไร แต่บอกเพื่อให้เห็นไตรลักษณ์ (อนิจจัง ทุกขัง อนัตตา) คือ ความไม่เที่ยง ความไม่คงทนอยู่ในสภาพเดิม และความไม่มีตัวตนเป็นแก่นสาร พระพุทธเจ้าเปิดเผยว่า โลกมีอายุอันจำกัด ในที่สุดโลกจะดับอันตธานหายไป กำหนดอายุเป็น “มหากัปป์” แต่ละมหากัปป์ นับเป็นแสนๆ ปีทรงเปิดเผยว่า มีจักรวาลใน



อวกาศอันกว้างนับไม่ถ้วน และจักรวาลทั้งหลายก็มียุอันจำกัด แต่ละจักรวาลมีดวงอาทิตย์ไม่เท่ากัน บางจักรวาลมีดวงอาทิตย์ 1 ดวง บางจักรวาลมีดวงอาทิตย์มากกว่า 1 ดวงวิทยาศาสตร์พยายามเดินทางไปยังโลก (ดาว) ต่างๆ เพื่อค้นหาชีวิต เช่น เดินทางไปดาวอังคาร แต่ก็ยังไม่พบสิ่งมีชีวิตใดๆ ทุกวันนี้ วิทยาศาสตร์ก็ยังชวนขวยที่จะค้นพบชีวิตในโลก อื่นๆ อยู่ แต่พระพุทธเจ้าเคยกล่าวว่า มีจักรวาลอีกมากมายที่ยังสิ่งมีชีวิตมีอยู่ จักรวาลเหล่านั้น ยังไม่เคยมีชาวยานอวกาศเดินทางไปสำรวจ

พระพุทธเจ้าไม่กล่าวถึงจุดสิ้นสุดของจักรวาล และไม่กล่าวว่า มี “ผู้สร้าง” โลกและชีวิต แต่กล่าวถึงการก่อเกิดชีวิตว่ามาจาก “ตัวแสง” เรียกว่า “อาภัสสรพรหม” ไม่กล่าวว่า อาภัสสรพรหมมาจากจักรวาลไหน บอกแต่ว่าเป็นสิ่งมีชีวิตมายังโลก มาพบโลก (ดาวดวงหนึ่ง) ในสภาพที่มีแต่น้ำและสิ่งหนึ่งบนผิวน้ำที่มีรสหอมและอร่อย แล้วอาภัสสรพรหมก็มากิน ทำให้ร่างที่เป็นแสงกลายเป็นหยาบและหนัก จนไปไหนไม่ได้ เท่ากับบอกว่า ชีวิตเริ่มก่อนตัวจากจุดนั้น คือชีวิตเกิดจาก “ตัวแสง” และ “น้ำ” แสง ที่ว่านั่น คือวิญญาณหรือ “จิต” นั่นเองนั่นก็คือ วิญญาณหรือจิต มีสภาพเป็นแสงและแสงนั้นก็เปลี่ยนแปลงได้ เช่น เป็นแสงที่เศร้า และหยาบได้ในสมาธิหรือในฌาน เมื่อกายกับจิตแยกกัน จิตมีสภาพเป็นแสง ส่วนกายที่หยาบก็เปลี่ยนแปลงได้ ตามเหตุปัจจัยมีนักวิทยาศาสตร์คนหนึ่ง ชื่อ อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ (Albert Einstein) ชาวเยอรมัน (เกิดเมื่อ พ.ศ. 2422 ถึงแก่กรรมเมื่อ พ.ศ.2498) เคยกล่าวว่า พุทธศาสนาเป็นศาสนาแห่งจักรวาล (Cosmic Religion) เขากล่าวว่า “The religion of the future will be a cosmic religion. The religion which is based on experience, which refuses dogmatism .If there is any religion that would cope with the scientific need it will be Buddhism.” ถอดความได้ดังนี้ “ศาสนาในอนาคตจัดเป็นศาสนาแห่งจักรวาล เป็นศาสนา อิงประสบการณ์ (ของมนุษย์) ปฏิเสธความเชื่อ (faith) ที่ไม่มีการพิสูจน์ ถ้าจะมีศาสนาที่จะรับมือกับวิทยาศาสตร์ได้ ศาสนานั้นคือ พุทธศาสนา” ไอน์สไตน์ เป็นผู้พบ “ความเร็วของแสง” (ซึ่งมีความเร็วสูงสุด) ความเร็วของแสง คือ 300,000 กิโลเมตรต่อ 1 วินาที การค้นพบความเร็วของแสง เป็นกุญแจสำคัญช่วยให้ไอน์สไตน์คำนวณระยะทางระหว่างแต่ละจักรวาลได้ มีผู้ตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า ไอน์สไตน์ศึกษาพุทธศาสนาจากหนังสือเรื่องอะไรจึงเข้าใจคำสอนเรื่องไตรลักษณ์ของพระพุทธเจ้าได้ในประวัติของเขาบอกแต่เพียงว่า เขายืมหนังสือเกี่ยวกับพุทธศาสนาจากเพื่อนมาอ่านแต่ความรู้จากหนังสือไม่น่าจะเพียงพอให้ไอน์สไตน์เข้าถึงคำสอนของพระพุทธเจ้าได้น่าจะเป็นเพราะนักวิทยาศาสตร์คนนี้ได้ทำสมาธิถึงระดับหนึ่งแล้วพบความมหัศจรรย์ในสมานินั้นสมาธิที่ไอน์สไตน์เข้าถึง น่าจะเป็น “อัปนาสมาธิ” ซึ่งเป็นฌานระดับหนึ่ง แต่เนื่องจากชาวตะวันตกไม่รู้แต่วิธีทำสมาธิให้จิตนิ่ง และมุ่งใช้ประโยชน์ทางวัตถุเท่านั้น ไอน์สไตน์จึงหยุดอยู่เพียงสมาธิขั้นต่ำ หารู้ไม่ว่า ความมหัศจรรย์ในสมาธิที่ละเอียด (ประณีต) กว่านั้น ยังมีอยู่ เขาจึงได้ประโยชน์จากสมาธิเพื่อพัฒนาวิทยาศาสตร์เท่านั้น

การตั้งข้อสังเกตเรื่องนี้ น่าคิดว่า นักวิทยาศาสตร์ทำงานในห้องทดลอง อยู่กับความเยียบสงบ นานๆ อาจจะเป็นไปได้ว่า พวกเขาการทำสมาธิในระหว่างทำงานนั่นเองทุกวันนี้ วงการวิทยาศาสตร์ตั้งสมมติฐานว่า จิต คือการทำงานของสมองเท่านั้น จึงศึกษาแต่พฤติกรรมของสมอง ยังไม่มีการศึกษาเรื่องวิญญาณหรือจิตแต่อย่างใด ส่วนพระพุทธเจ้า ทรงเป็น “โลกวิทู” คือรู้ความเป็นไปของโลก (ชีวิต) ทั้งด้านกายภาพ (รูป) ทั้งด้านวิญญาณหรือจิต (นาม) ทรงเห็นว่า โลกด้านวัตถุไม่มีอะไรอย่างอื่น นอกจาก “ทุกข์” จึงค้นคิดแต่ทางที่จะพ้นไปจากทุกข์เท่านั้นความมหัศจรรย์ต่างๆ ที่เห็นในสมาธิพระพุทธเจ้าข้ามพ้นมาทุกอย่าง จึงพบว่า “จิต” หรือ “วิญญาณ” เป็นสิ่งสำคัญที่สุด



ในพุทธประวัติ กล่าวถึงการระลึกชาติของพระองค์ได้ (บุพเพนิวาสานุสติญาณ) และระลึกการตาย-การเกิด (จุตูปปาตญาณ) ของชีวิตทั้งหลายได้ เท่าที่ต้องการจะรู้ จึงมั่นใจว่า ได้ตรัสรู้ แต่ก็ยังไม่ถึงที่สุด จนกระทั่งเมื่อพบว่า ไม่มีกิเลสทั้งอย่างหยาบ และละเอียด (อนุสัย) ตกค้างอยู่ในจิตเลย จึงมั่นใจเต็มที่ว่าได้ตรัสรู้แล้ว ไม่มีอะไรต้องทำอีกน่าสังเกตว่า พระพุทธเจ้าไม่สนใจเรื่องการเกิด-การดับของโลกภายนอกแต่อย่างใด ปัญหาเรื่องใครสร้างโลก จึงไม่มีในคำสอนของพระองค์ มีแต่วิธีดับทุกข์เท่านั้น จึงมีผู้กล่าวว่า น่าเสียดายที่นักวิทยาศาสตร์อย่างอัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ไม่ได้พบพระพุทธเจ้าถ้าเขาได้พบพระพุทธเจ้า การผลิตอาวุธทำลายชีวิต-ทำลายโลก อย่างระเบิดปรมาณู และระเบิดนิวเคลียร์ คงจะไม่เกิดขึ้นทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ของไอน์สไตน์ ไม่ใช่วิธีผลิตอาวุธร้ายก็จริง แต่ก็เป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดระเบิดมหาประลัยในสงครามโลกที่ผ่านมาแต่ในที่สุด สงครามโลกก็จะถึงทางตันจนได้ ไอน์สไตน์กล่าวว่า สงครามโลกครั้งที่ 4 มนุษย์จะต่อสู้กันด้วยก้อนดิน และท่อนไม้ แสดงว่า ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ จะถึงจุดจบในวันหนึ่ง ชีวิต และโลกจะกลับไปเริ่มต้นใหม่มานี้กดู ก็เห็นภัยของสังสารวัฏ (การเวียนว่ายตายเกิดหาที่สิ้นสุดมิได้) พระพุทธเจ้าเห็นภัยที่น่ากลัวอย่างยิ่ง จึงไม่คิดอย่างนักวิทยาศาสตร์ในโลกวัตถุนิยม

## แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยา

แนวความคิดทางจิตวิทยาพัฒนามาจากการศึกษาค้นคว้าเรื่องของจิต กับร่างกาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบของชีวิตมนุษย์ ความเชื่อนี้มีรากฐานมาจากปรัชญาเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ในกลุ่มปรัชญาเมธีชาวกรีก เช่น โสเครติส (Socrates : 469 – 399 ก่อนคริสตกาล) เพลโต (Plato : 429 – 347 ก่อนคริสตกาล) และอริสโตเติล (Aristotle : 384 – 322 ก่อนคริสตกาล) ซึ่งพยายามศึกษาหาคำอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติแก่นแท้ภายในชีวิตมนุษย์ที่เรียกว่าจิตหรือวิญญาณ ซึ่งในระยะต่อมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับจิต และกายจำแนกได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ 2 กลุ่ม คือ

### กลุ่มเอกนิยม ได้อธิบายไว้เป็น 2 แนว คือ

- 1) จิตกับกายเป็นรูปลักษณะสองอย่างของสิ่งๆ เดียวกัน ชีวิตของมนุษย์จึงแสดงออกเป็น 2 แบบ คือ เป็นลักษณะทางจิตใจแบบหนึ่ง และเป็นลักษณะทางร่างกายอีกแบบหนึ่ง ทั้งสองลักษณะนั้นเป็นแก่นแท้ของชีวิต ๆ หนึ่ง แต่กลุ่มนี้ก็ไม่สามารถ ชี้ให้ทราบแน่ชัดว่า อะไรคือแก่นแท้ของจิต ผู้นำแนวความคิดนี้ คือ สปิโนซา (Spinoza : 1632 – 1677) ปรัชญาเมธี ชาวดัตช์ เชื้อสาย ยิว
- 2) กระบวนการทางจิตเป็นกระบวนการเดียวกับกระบวนการทางร่างกาย ผู้นำแนวคิดนี้คือ เจ.ซี. สมาร์ท (J.c.Smart) ปรัชญาเมธีชาวอเมริกัน และเฮอ์เบิร์ต ไฟเกิล (Herbert Feigl) ปรัชญาเมธีชาวเยอรมัน

กลุ่มทวินิยม อธิบายไว้ในแนวกว้างๆ ว่าจิตกับกายเป็นเนื้อแท้ 2 อย่างแยกต่างหากจากกัน มีแนวความคิดเป็น 3 แนว คือ

แนวที่ 1 จิตกับกายเป็น 2 สิ่ง ที่มีหน้าที่กิจกรรมแตกต่างกันไป แต่ทั้ง 2 สิ่งนี้ต่างมีอิทธิพลต่อกัน จิตมีอิทธิพลต่อกาย เช่น เมื่อจิตตั้งความคิด หรือเจตนาอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็จะมีผลดลให้กายมีการปฏิบัติหรือมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับความคิดหรือเจตนาภายในจิตใจด้วย ในทำนองกลับกัน สภาพร่างกายก็มีอิทธิพลต่อสภาพทางจิตใจด้วย เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำ จิตใจก็จะเกิดความรู้สึกอยากและกระหายน้ำด้วย จนกว่าทั้งร่างกายและจิตใจจะได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ขาดแคลนในทางที่สอดคล้อง



กัน จึงจะบรรเทาอาการที่เกิดขึ้นได้ แนวความคิดนี้มีปัญหาหนึ่งที่ตอบไม่ได้คือ บริเวณใดของร่างกายที่เป็นจุดศูนย์กลางประสานงานระหว่างจิตกับร่างกาย ปรัชญาเมธีชาวฝรั่งเศสคนหนึ่ง ชื่อ เรอเน่ เดส์การ์ตส์ (Rene Descartes : 1596 – 1650) ได้ให้ข้อคาดคะเนว่า ศูนย์ประสานงานของจิตกับกายอยู่ที่ต่อมไพเนียล (Pineal gland) บริเวณสมอง แต่ก็ไม่มีข้อพิสูจน์ที่สามารถยืนยันได้แน่นอนมาจนปัจจุบันนี้

แนวที่ 2 อธิบายไว้ว่า จิตกับกายเป็นสองสิ่งที่แตกต่างกัน และไม่มีอิทธิพลต่อกันกิจกรรมของจิต และกายมีลักษณะเป็นเส้นขนานที่ต่างฝ่ายต่างก็ดำเนินงานไปตามหน้าที่ กายไม่มีอิทธิพลต่อจิต และจิตไม่มีอิทธิพลต่อกาย ผู้นำในแนวความคิดนี้ คือ ไลบ์นิตส์ (Gottfried W. Leibniz : 1646 – 1716) ซึ่งอธิบายว่า สิ่งต่างๆ ในโลกนี้ต่างมีสาระเฉพาะตัว เรียกว่า โมนาด จิตและกาย เป็นโมนาดต่างชนิด โมนาดของสิ่งเดียวกันจะดำเนินไปตามวิถีทางเดียวกันไม่ปะปนกัน ดังเช่นที่ความเป็นไปของร่างกายดำเนินไปโดยไม่เกี่ยวข้องก้าวก้าวกับความเป็นไปของจิต

แนวที่ 3 อธิบายว่า จิตกับกายเป็น 2 สิ่งที่มีความแตกต่างกันไปแม้ว่าจิตจะไม่มี อิทธิพลต่อกายแต่กายก็มีอิทธิพลต่อจิต กายเปรียบเสมือนตัวคนและจิตเปรียบเสมือนเงา เมื่อตัวคนเคลื่อนไหวงาก็เคลื่อนไหวด้วย สภาพทางจิตจึงเป็นผลพลอยได้จากกระบวนการทางกายภาพ แต่กลุ่มนี้ไม่สามารถอธิบายให้ชัดเจนว่า กระบวนการทางกายภาพมีผลให้เกิดกระบวนการทางจิตอย่างไร ผู้ให้แนวคิดนี้ คือ ปรัชญาเมธี และนักชีววิทยาชาวอังกฤษ ชื่อ ฮักเลย์ (Huxley : 1825 – 1895) แนวความคิดนี้สอดคล้องกับความเชื่อของนักชีววิทยาในสมัยนั้นว่า เมื่อหน่วยเล็กๆ ของสิ่งมีชีวิตรวมตัวเป็นโครงสร้างซับซ้อนมากถึงขีดหนึ่งก็จะมีสิ่งใหม่ และกระบวนการใหม่เกิดขึ้น เช่นระบบประสาทที่สลับซับซ้อนทำให้เกิดจิตขึ้น

นักจิตวิทยาที่พยายามหันมาศึกษาวิเคราะห์ศาสนาในระยะต่อมา คือ การอธิบายศาสนาแบบจิตวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ศาสนาในปัจจุบันบุคคล อันเชื่อว่าศาสนาเป็นผลของการแสดงออกของปัจจัยทางจิตวิทยาและชีววิทยา ซึ่งอยู่นอกเหนือกลไกการควบคุมของระบบแห่งเหตุผลของมนุษย์ซึ่งเป็นแนวการวิเคราะห์ศาสนาของฟรอยด์และยุง

**ฟรอยด์** ได้พยายามศึกษารากฐานศาสนาในมนุษย์โดยการวิเคราะห์เข้าไปใน “จิตไร้สำนึก” และอธิบายว่า การที่มนุษย์เรามีศาสนานั้นอาจเกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความปรารถนาหรือความต้องการในส่วนลึกของจิตไร้สำนึกที่ถูกเก็บกดหรือจำกัดไว้จึงเกิดการแสดงออกในรูปของอาการทางจิตใจ ศาสนายังเป็นผลที่เกิดขึ้นจากความต้องการระดับดั้งเดิม และปมชีวิตด้วย เช่นปมเกี่ยวกับบิดา (Oedipus complex) ฟรอยด์เห็นว่ารากฐานของทุกศาสนาเกิดมาจากปมเกี่ยวกับบิดา จะเห็นได้จากความเชื่อเรื่องพระเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์สูงสุดที่มีลักษณะจินตนาการเป็นภาพพจน์ของพ่อ

**Cassman** ได้เขียนหนังสือชื่อ *Aythropologica* อธิบายเกี่ยวกับความรู้เรื่องจิตของมนุษย์ในปี 1590 ทำให้วิชา Psychology เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

**William James** (1832-1920) นักจิตวิทยาและนักสรีระวิทยาชาวเยอรมันเป็นผู้ทำให้วิชาจิตวิทยาแยกออกมาจากวิชาปรัชญาและได้รับการยอมรับว่าจิตวิทยาเป็นวิทยาศาสตร์ที่สมบูรณ์ จึงได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งจิตวิทยาเชิงวิทยาศาสตร์ หรือบิดาแห่งจิตวิทยาการทดลอง เขาเป็นผู้เริ่มตั้งห้องทดลองขึ้นเป็นครั้งแรกซึ่งได้เปิดห้องปฏิบัติการวิจัยทางจิตวิทยา Leopzigการศึกษาของ Wundt มุ่งค้นคว้าธรรมชาติของจิตสำนึก (Consciousness) ของบุคคล ได้ทำการทดลองเกี่ยวกับความรู้สึกจาก



ประสาทสัมผัส โดยเน้นที่จักขุสัมผัสและทดลองเกี่ยวกับความใส่ใจ จินตนาการ การคิดหาเหตุผล นับเป็นการเริ่มต้นศึกษาจิตวิทยาตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์

**William James** (1842-1901) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันได้พิมพ์หนังสือเกี่ยวกับจิตวิทยาขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 1890 ชื่อว่า Principle of Psychology ซึ่งเป็นตำราที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย เขาสนใจศึกษาจิตวิทยาทุกสาขาแล้วนำมาสังเคราะห์เป็นแนวคิดใหม่ ผลงานที่ปรากฏได้แก่ ทฤษฎีอารมณ์ การถ่ายเทการเรียนรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับสัญชาตญาณ จิตสำนึกและจิตไร้สำนึก

มีนักจิตวิทยาหลายท่านที่ได้รับการยอมรับ และใช้ทฤษฎีของเขามาจนปัจจุบัน จากคำนิยามทั้งหมด จะพบว่ามีคำสำคัญอยู่ 3 คำคือ พฤติกรรม (Behavior) กระบวนการทางปัญญา (Mental Processes) และการศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Study) นิยามของคำสำคัญทั้ง สามคำ ได้ถูกนำเสนอไว้ดังต่อไปนี้ “พฤติกรรม” หมายถึง การกระทำ หรือปฏิกิริยาตอบสนองของร่างกายที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนอง ต่อสิ่งเร้า ซึ่งพฤติกรรมสามารถสังเกตได้โดยตรง หรือจากการสังเกต ทางอ้อม โดยใช้เครื่องมือช่วย เช่น แบบทดสอบ แบบวัดทางจิตวิทยา เป็นต้น **พฤติกรรม** สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

**1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior)** เป็นพฤติกรรมที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ อาจจะโดยตรง หรือผ่านการใช้เครื่องมือช่วยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1) พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้โดยตรง ผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ เช่น การพูด การเล่นดนตรี การเล่นกีฬา การเดิน เป็นต้น

1.2) พฤติกรรมชนิดโมเลกุล (Molecular Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้ ด้วยประสาทสัมผัสโดยตรง ต้องอาศัยเครื่องมือต่างๆ ในการสังเกต เช่น อัตราการเต้นของหัวใจ การทำงานของคลื่นสมอง การไหลเวียนของโลหิต เป็นต้น

**2) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)** หรือ กระบวนการทางจิต เป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็น ไม่ได้ หรือสังเกตได้ยาก นักจิตวิทยามักอาศัยการอ้างอิงจากการสังเกตพฤติกรรมภายนอก (ส่วนใหญ่ สังเกตผ่านการพูดหรือผ่านการทำแบบวัดและแบบทดสอบ) พฤติกรรมประเภทนี้เช่น การนึกคิด (Thoughts) การรู้สึก (Feelings) อารมณ์ (Emotions) และแรงจูงใจ (Motives) ดังนั้น สิ่งที่นักจิตวิทยาสนใจศึกษา คือ พฤติกรรมและกระบวนการทางจิต ซึ่งครอบคลุม ความรู้สึกและการกระทำของบุคคล “จิตวิทยา” เป็น การศึกษาทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Study) หรือหลักการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Method) นั่นคือ นักจิตวิทยา ศึกษาพฤติกรรมและกระบวนการทางจิตด้วยกระบวนการที่มีระบบ โดย ระบุปัญหาหรือคำถามให้ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง กำหนดสมมติฐาน เก็บข้อมูลโดยการสังเกตและการทดลองและวิเคราะห์ข้อมูล การรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยหลักการ 2 ประการ คือ 1) ปราศจากความลำเอียง (Unbiased) 2) ความเป็นปรนัย (Objective) นั่นคือ หากมีการสังเกตซ้ำก็จะได้ผล

**การศึกษาพฤติกรรมและกระบวนการทางปัญญา** ของมนุษย์ด้วยหลักการทาง วิทยาศาสตร์นี้ เพื่อสามารถเข้าใจ อธิบาย ทำนาย และควบคุมพฤติกรรม เช่น เข้าใจ และอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใดเด็ก



อนุบาลจึงชอบซักถาม อ้างอิงจากจิตวิทยาพัฒนาการ และทำนายต่อไปได้ว่า หากแม่ดูลูกทุกครั้งที่ตั้งคำถาม ลูกมีแนวโน้มที่จะหยุดถาม อาจกลายเป็นคนไม่กล้าที่ตั้งคำถาม แต่เชื่อคนง่าย ในอนาคตเพื่อควบคุมไม่ให้เกิดปรากฏการณ์นั้นแม่จะไม่ดูลูกเมื่อตั้งคำถาม แต่จะสนับสนุนด้วย คำชม ตอบคำถาม ด้วยเหตุและผล เป็นต้น

อีกตัวอย่างหนึ่ง คุณแม่พาลูกสาวอายุ 3 ขวบไปซื้อของ ในห้างสรรพสินค้า ลูกสาวเห็นตุ๊กตาตัวหนึ่งจึงขอคุณแม่ให้ ซื้อให้ เมื่อคุณแม่ปฏิเสธปฏิกิริยาของลูกสาวคือ ร้องไห้ งอแง เมื่อคุณแม่ยังคงยืนกรานคำตอบเดิม ลูกสาวจะมี ปฏิกิริยาที่รุนแรงขึ้น เช่น ร้องไห้เสียงดังขึ้น นอนลงกับพื้น และดิ้นคุณแม่ที่เข้าใจในจิตวิทยา สามารถเข้าใจอธิบายพฤติกรรมของลูกสาวได้และพยากรณ์ได้ว่า หากคุณแม่ยอมทำตามการร้องขอของลูกสาวครั้งนี้ต่อไปลูกสาวต้องการอะไร ก็จะมีแนวโน้มสูงที่จะแสดงพฤติกรรมเช่นเดิม หากคุณแม่ยังคงยืนกรานคำตอบเดิมคือไม่ซื้อให้และเดินออกนอกสายตาของลูกสาว (แต่ลูกสาวยังอยู่ในสายตาของคุณแม่) ลูกสาวเป็นเด็กอายุ 3 ขวบมีแนวโน้มสูงที่จะหยุดร้องไห้และเดินตามหาคุณแม่ (เพราะคุณแม่เข้าใจพฤติกรรมหรือธรรมชาติของเด็กอายุ 3 ขวบ) ผลที่เกิดขึ้นคือ ครั้งต่อไป ที่ลูกสาวต้องการอะไร มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเช่นเดิมน้อยมาก หรือไม่แสดงพฤติกรรมดังกล่าว อีกเลย (เพราะคุณแม่ได้พยากรณ์ และดำเนินการควบคุมพฤติกรรมของลูกสาว)

นอกจากนี้ยังมี กลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) ศึกษาเพื่อสามารถอธิบาย ทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์บนพื้นฐานความเข้าใจว่า แรงกระตุ้น สิ่งแวดล้อม กำหนด พฤติกรรม โดยไม่ให้ความสนใจต่อเรื่องจิตสำนึก อีกกลุ่มที่รู้จักกันดีคือ กลุ่มจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) ซึ่งนำโดย ซิก มันด์ฟรอยด์ (Sigmund Freud) เห็นว่า จิตไร้สำนึก (unconscious mind) กำหนดพฤติกรรมของคน และ ศึกษาเพื่อเข้าใจบุคลิกภาพปกติ และผิดปกติ ด้วยการศึกษ กรณีผิดปกติ อีกทั้งเห็นว่าบุคลิกภาพ แรงจูงใจ ความผิดปกติของจิตใจ ล้วนมาจากจิตไร้สำนึก ในขณะที่ กลุ่มเกสตัลท์ (Gestalt) ศึกษาเพื่อเข้าใจจิตสำนึกแบบองค์รวม หรือ กลุ่มมนุษยนิยม (Humanism) ที่มี เป้าหมายเพื่อมนุษยบรรลุความสมบูรณ์ ในความเป็นมนุษย์ โดยเน้นอิสระ และศักยภาพของ มนุษย์หรือกลุ่มที่ศึกษาเรื่องของการพัฒนาการเรียนรู้ เช่น เพียเจ (Piaget) เป็นต้น

## ไบโอพลาสมา (Bio plasma)

ปัจจุบันวงการแพทย์ยุคใหม่ได้นำเทคโนโลยีคลื่นความถี่วิทยุ ส่งผ่านพลังงานพลาสมาแบบเย็น เข้าไปช่วยขจัดเซลล์ผิวที่เสื่อมสภาพ กระตุ้นให้มีการสร้างเซลล์ผิวขึ้นมาใหม่ ลดอาการอักเสบของผิว โดยไม่มีบาดแผล ไม่ทำให้เกิดความเจ็บปวด และควบคุมการรักษาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ปัจจุบันมีผู้ป่วยเป็นแผลเรื้อรัง แผลติดเชื้อ และแผลเบาหวาน จำนวนมากขึ้นทุกปีซึ่งปัญหานี้ได้รับการแก้ไขด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์กับวิทยาการทางการแพทย์ที่เรียกว่า นวัตกรรม BIO Plasma โดยทางโรงพยาบาลศิริราชได้นำ BIO Plasma มาใช้ในการรักษาบาดแผลกดทับพบว่าสามารถจะทำให้แผลหายเร็วขึ้นกว่าการรักษาปกติได้ถึง 20% และฆ่าเชื้อที่ติดต่อยาปฏิชีวนะปกติได้ดีอีกด้วย นวัตกรรมของเครื่องไบโอพลาสมา เป็นการใช้เทคโนโลยีคลื่นความถี่วิทยุร่วมกับไมโครแฟรคชั่นแนลพลาสมา



(Radiofrequency technology with Micro-fractional plasma Module : BIOPlasma) ก่อให้เกิด การเหนี่ยวนำคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่มีแรงดัน และคลื่นความถี่สูง โดยคาดว่ากลไกคือ เกิดโคแอ็กกูเลชัน (coagulation) และต่อมไขมันหดตัว พร้อมมีการหยุดการทำงานชั่วคราว ปรับการสร้างเคอราตินให้ กลับสู่ภาวะปกติ ส่งเสริมให้เกิดการหดตัวของชั้นผิว ก่อให้เกิดการกระชับผิว รวมถึงในระยะยาวจะ ส่งเสริมให้เกิดการเรียงตัวของชั้นคอลลาเจนในผิวดีขึ้น ทั้งยังเกิดปฏิกิริยากับพื้นผิวนอกเกิดเป็น พลังงานไอโซนเป็นแสงสีน้ำเงินม่วง สามารถฆ่าเชื้อ ช่วยรักษาสิว และช่วยให้ลดอาการอักเสบที่เกิดจาก สิวหรือผื่นแพ้ให้ดีขึ้น และหายไปในที่สุด อีกทั้งประจุอิสระ ยังช่วยการดูดซึมของสารอาหารลงสู่เซลล์ ผิวได้ดีขึ้น เมื่อหลังทำจะสังเกตเห็นได้ว่าผิวแลดูกระจ่างใสขึ้น สุขภาพผิวดี และยังช่วยในการกระชับผิว อีกด้วย โดยพลังงานพลาสมาเย็นนี้ จะให้อุณหภูมิประมาณ 40-42 องศา ไม่ก่อให้เกิดบาดแผล ไม่มี อาการเจ็บปวด



ที่มา: องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ. <https://www.nsm.or.th>

### Plasma คือ อะไร ?

พลาสมาถือว่าเป็นสถานะที่สี่ของสสาร สถานะพื้นฐานอื่นๆ ของสสาร คือ ของเหลว ของแข็งและก๊าซ โดยทั่วไปแล้วพลาสมาจะทำได้โดยการให้ความร้อนแก่สจนกว่าอิเล็กตรอนจะมีพลังงาน เพียงพอที่จะหลบหนีนิวเคลียสที่มีประจุบวก เป็นโมเลกุลพันธะแตก และอะตอมได้รับหรือสูญเสีย อิเล็กตรอนรูปแบบไอออน พลาสมาสามารถทำได้โดยใช้เลเซอร์เครื่องกำเนิดไฟฟ้าไมโครเวฟหรือ สนามแม่เหล็กไฟฟ้าที่แรง แม้ว่าในสังคมทั่วไปจะไม่ค่อยได้ยินเกี่ยวกับพลาสมาก็ตาม แต่เป็นเรื่องที่พบ มากที่สุดในสสารในจักรวาล และเป็นเรื่องธรรมดาที่พบได้ทั่วไปในโลก

**พลาสมาทำจากอะไร ?** พลาสมาทำจากอิเล็กตรอนอิสระ และประจุบวกไอออน (cations)

**คุณสมบัติของพลาสมา** พลาสมาทำปฏิกิริยากับสนามแม่เหล็กไฟฟ้า และดำเนินการผลิต ไฟฟ้า ในทางตรงกันข้ามก๊าซส่วนใหญ่เป็นฉนวนไฟฟ้า เช่นเดียวกับแก๊สพลาสมาไม่มีรูปร่างหรือ ปริมาณที่กำหนดเมื่อพลาสมาสัมผัสกับสนามแม่เหล็กอาจถือว่าโครงสร้างรวมถึงชั้นเส้นใย และคาน ตัวอย่างของโครงสร้างเหล่านี้สามารถสังเกตได้ในพลาสมาบอล แหล่งที่มาแปลกใหม่ของพลาสมาสามารถ ถึงอนุภาคในเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ฟิวชั่น และอาวุธ แต่แหล่งที่มาในชีวิตประจำวัน ได้แก่ แสงแดด ไฟฟ้าผ่า และสัญญาณเรดาร์ ตัวอย่างอื่นๆ ของพลาสมา รวมถึงไฟฟ้าสถิตย์ลูกพลาสมาเซนต์



การค้นพบทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมามีส่วนช่วยให้เราเกิดความรู้ความเข้าใจในพระพุทธศาสนามากยิ่งขึ้น เพราะว่าหลักของพระพุทธศาสนานั้นถือว่าพระพุทธเจ้าเป็นผู้ค้นพบสัจธรรมซึ่งมีอยู่แล้ว พระพุทธเจ้าเพียงนำสัจธรรมนั้นมาประกาศแก่ชาวโลก (พระธรรมโกศาจารย์: <https://www.mcu.ac.th>) ดังพุทธพจน์ที่ว่า

“อุปปาทา วา ภิกขเว ตถาคตานิ อนุอุปปาทา วา” เป็นต้น แปลความว่า “ภิกษุทั้งหลาย พระตถาคตเจ้าทั้งหลายจะอุบัติขึ้นหรือไม่ก็ตาม ธาตุนั้นคือ ธรรมฐิติ (ความดำรงอยู่ตามธรรมชาติ) ธรรมนิยาม (กฎธรรมชาติ) อิทัปปัจจยตา (ภาวะที่สรรพสิ่งเกิดดับตามเหตุตามปัจจัย) ก็ยังมีอยู่ พระตถาคตเจ้าย่อมตรัสรู้ทั่วถึงซึ่งธาตุอันนั้นแล้วบอก แสดง บัญญัติ แต่งตั้ง เปิดเผย จำแนก ทำให้เข้าใจง่าย”

พระพุทธศาสนาไม่เคยทะเลาะกับวิทยาศาสตร์เพราะพระพุทธศาสนาไม่ได้ผูก ขาดความจริง เรื่องสัจธรรม ดังนั้นสัจธรรมที่ศาสตร์ต่างๆ ค้นพบจะคลี่คลายขยายตัวมาส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจพระพุทธศาสนาดียิ่งขึ้น มีข้อความตอนหนึ่งในพระไตรปิฎกที่แสดงว่าพระพุทธเจ้าทรงเป็นธรรม วาที่คือผู้กล่าวสัจธรรม ผู้ที่เป็นธรรมวาที่ย่อมไม่ขัดแย้งกับพวกธรรมวาที่ด้วยกันเพราะต่างฝ่ายต่าง พุดถึงสัจธรรมหรือความจริง ดังที่พระพุทธเจ้าตรัสไว้ว่า

“นาหิ ภิกขเว โลเกนะ วิวาทมิ” เป็นต้น แปลความว่า “ภิกษุทั้งหลาย เราตถาคตย่อมไม่ขัดแย้งกับชาวโลก แต่ชาวโลกย่อมขัดแย้งกับเรา ธรรมวาที่ย่อมไม่ขัดแย้งกับใครๆในโลก” เมื่อพระพุทธศาสนา และวิทยาศาสตร์ต่างก็เป็นธรรมวาที่ ที่กล่าวถึงสัจธรรมความจริงด้วยกัน จึงไม่มีอะไรที่จะต้องขัดแย้งกัน มีแต่จะส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น หากจะมีความแตกต่างอยู่บ้างก็เพราะมีเป้าหมายที่ต่างกันในการแสวงหาความจริง วิทยาศาสตร์แสวงหาความจริงเพื่อเป็นนายเหนือโลกที่ควบคุมสภาวะการณ์ต่างๆ ไว้ได้ ขณะที่พระพุทธศาสนาแสวงหาความจริง เพื่อความเป็นผู้พ้นโลกคือ ดับทุกข์

ปัจจุบันวิทยาศาสตร์เสนอทฤษฎีฟิสิกส์ไว้ 2 สำนักใหญ่คือ ฟิสิกส์ดั้งเดิม (Classical physics) กับฟิสิกส์ควอนตัม (Quantum physics) ถ้าเปรียบเทียบกันระหว่างฟิสิกส์ดั้งเดิมกับฟิสิกส์ควอนตัม ฟิสิกส์ทั้ง 2 สำนักก็มีแนวความคิดบางอย่างที่ขัดแย้งกัน แต่กลายเป็นว่าฟิสิกส์ควอนตัมกลับช่วยอธิบายหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาได้ดี กว่าฟิสิกส์ดั้งเดิมหรือฟิสิกส์นิวตัน (Newton physics) ในเรื่องที่สำคัญที่สุดของพระพุทธศาสนา 2 เรื่องคือ ปฏิจสมุทพบาทและไตรลักษณ์

**ปฏิจสมุทพบาทหรืออิทัปปัจจยตา** เป็น คำสอนที่ว่าด้วยการที่สิ่งต่างๆ อาศัยกัน และกัน เกิดขึ้นที่พระพุทธเจ้าทรงค้น พบด้วยการตรัสรู้ ส่วนเรื่องไตรลักษณ์ ซึ่งก็คือคำสอนว่าด้วยลักษณะ 3 ประการของสิ่งทั้งหลาย ได้แก่ “อนิจจัง (ไม่เที่ยง) ทุกขัง (เป็นทุกข์) อนัตตา (ไม่มีแก่นสาร)” อันเป็นหัวใจของการปฏิบัติธรรมเพื่อความหลุดพ้น เราปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานเพื่อให้เห็นไตรลักษณ์ รู้แล้วละ รู้แล้ววาง ทุกวันนี้เราเข้าใจเรื่องไตรลักษณ์ได้ยากขึ้นเพราะมีแนวคิดของฟิสิกส์ดั้งเดิมมาขวางกั้นเป็นอุปสรรคของการเข้าถึงธรรม เพราะฟิสิกส์ดั้งเดิมหรือฟิสิกส์นิวตันมีแนวคิดหลักอยู่ที่ 4 หัวข้อคือ 1. อะตอม 2.กาละ 3.เทศะ และ 4.แรงโน้มถ่วงหรือแรงดึงดูดของโลก อะตอมออกซิเจนที่กลายเป็นเม็ดเลือดขาว ก็แบ่งประเภทสำหรับหน้าที่ต่างๆ อีก

อะตอมที่หนึ่งจะเป็น external defense

อะตอมที่สองเป็น interfertion

อะตอมที่สามเป็น interferon



อะตอมที่สี่เป็น natural kill cells

อะตอมที่ห้าเป็น complement

พลังของพลาสมาผลึกสากลจักรวาลให้ เคลื่อนที่พลังพลาสมาผลึกเล็กที่สุดให้ เคลื่อนที่ เช่น อะตอม เป็นต้น พลังพลาสมาสามารถที่จะเปลี่ยนสถานะ และสภาวะคุณลักษณะของสรรพสิ่ง ต่างๆ ทั้งหลายล้วนประกอบด้วยมหาภูตรูป 4 ที่เราเรียกว่า Post Element ดิน น้ำ ลม ไฟ ยกเว้นแต่ พลาสมาที่ไม่ ได้จัดอยู่ใน Particle และ Energy จึงไม่มี แม้แต่อยู่ในตารางธาตุ ในปัจจุบัน

**เซอร์ไอแซก นิวตัน (Sir Isaac Newton)** ถือว่าสรรพสิ่งมีมวลสารที่แบ่งแยกไม่ได้และตั้งอยู่ ด้วยตัวของมันเอง ซึ่งเรียกว่าอะตอม (Atom) จริงๆ แล้วความคิดเรื่องอะตอมเป็นแนวคิดหลักของ ฟิสิกส์ดั้งเดิมที่ถือว่าหน่วยที่ เล็กที่สุดของสสาร(Matter)ในโลกที่ถูกแบ่งย่อยให้เล็กลงๆ ในที่สุดจะถึงจุด ที่เล็กที่สุดซึ่งแบ่งย่อยต่อไปไม่ได้อีก ซึ่งทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบเล็กที่สุดสำหรับสร้างจักรวาล เรา เรียกว่า “Building blocks” ก็เหมือนกับก้อนอิฐแต่ละก้อนสำหรับสร้างบ้านนั่นเอง เพราะฉะนั้นหาก เราแบ่งอะไรต่อมิอะไรจนไปถึงหน่วยที่เล็กที่สุดแล้วมันจะถึง จุดที่แบ่งแยกไม่ได้ ในเชิงสสารจุดที่ แบ่งแยกไม่ได้นี้เรียกว่า “อะตอม”

**อะตอม (Atom)** เป็นภาษากรีก แปลว่า “ตัดแบ่งไม่ได้ (Uncuttable)” อะตอมคือสิ่งที่เราไม่ สามารถจะแบ่งย่อยต่อไปได้อีก หลักของเรื่องนี้ก็คือไม่ว่าเราแบ่งอะไรก็ตาม ในที่สุดมันต้องไปถึงจุด สุดท้าย จุดสุดท้ายที่แบ่งต่อไปไม่ได้นั่นแหละคือ “อะตอม” ซึ่งเป็นอนุภาคที่เล็กที่สุดของสสาร ความคิดอย่างนี้เราเรียกว่าเป็น “paradigm” หรือความเชื่อพื้นฐานของวิทยาศาสตร์โลกตะวันตกมาก ว่า 2,000 ปี จนมาถึงสมัยนิวตันก็ยังเชื่อว่ามีอะตอม

**นิวตัน** เชื่อว่าสสารซึ่งมีองค์ประกอบที่เล็กที่สุดคืออะตอมได้สร้างจักรวาล สร้างดวงดาว สร้าง อะไรต่างๆ ที่เคลื่อนไหวก่อให้เกิดแรงโน้มถ่วงที่กระทำต่อกันในกล่องใบใหญ่ซึ่งเป็นที่ วางคือทะเลใน จักรวาลอันว่างเปล่าใหญ่โตและขึ้นอยู่กับกาลเวลา

พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาเดียวที่ยืนยันว่าไม่มีแก่นสารทั้งในฝ่ายจิต และฝ่ายสสาร แก่นสาร ในฝ่ายจิตเรียกว่าอาตมันหรือวิญญาณอมตะ (Immortal soul) ส่วนแก่นสารในฝ่ายสสารเรียกว่า อะตอมหรือปรมาณู ศาสนาคริสต์ อิสลาม พราหมณ์-ฮินดูต่างสอนว่ามีอาตมันหรือวิญญาณอมตะใน มนุษย์และมีอะตอมหรือ ปรมาณูในสสาร

## สรุป

พระพุทธศาสนาสอนเรื่องอนัตตาในจิต และสสารมากกว่าสองพันปี พระพุทธศาสนาถือว่าไม่มี อดัตตาหรืออะตอมสสาร (พระธรรมโกศาจารย์: <https://www.mcu.ac.th>) ทุกสิ่งทุกอย่างไม่มีแก่นแท้ ถาวรที่ตั้งอยู่ได้ในตัวของมันเอง สรรพสิ่งอาศัยกันและกันเกิดขึ้นตลอดเวลาตามหลักปฏิจจสมุ ปบาท ดังที่ควอนตัมฟิสิกส์ระบุว่าไม่มีอะตอมที่อยู่ได้ตามลำพังตัวเอง โครงสร้างอะตอมประกอบด้วยอี เล็คตรอน โปรตอนและนิวตรอน อนุภาคของอะตอมที่เป็นประจุไฟฟ้าบวก (โปรตอน) และประจุไฟฟ้า ลบ (อิเล็กตรอน) ต่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน อิเล็กตรอนวิ่งโคจรรอบนิวเคลียสด้วยความเร็วที่สูงมาก การ เกาะกลุ่มของประจุไฟฟ้าเหล่านั้นกลายเป็นอะตอม และประจุไฟฟ้าเหล่านั้นก็ไม่อาจอยู่ได้ตามลำพัง ทั้งหมดต่างอาศัยกัน และกันเกิดขึ้นตามหลักปฏิจจสมุ ปบาทในพระพุทธศาสนา จักรวาลในทฤษฎี ควอนตัมต่างจากฟิสิกส์ดั้งเดิมของนิวตันก็ คือ อะตอมถูกแบ่งย่อยออกไปเป็นองค์ประกอบที่เล็กกว่าซึ่ง



เป็นประจุไฟฟ้าที่วิ่ง วนกันเองคืออิเล็กตรอน โพรตอน และนิวตรอน อะตอมจึงเป็นสนามพลังงานขนาดจิ๋ว องค์ประกอบย่อยของอะตอมนั้นบางครั้งก็เป็นอนุภาค (Particle) บางครั้งก็เป็นคลื่น (Wave)

อิเล็กตรอนของอะตอมเคลื่อนที่รอบแกนกลางคือนิวเคลียสตลอดเวลา ขณะที่อิเล็กตรอนกำลังเคลื่อนที่ด้วยความเร็วสูง อิเล็กตรอนปรากฏเป็นคลื่น ด้วยความเร็วระดับนั้น เราจึงไม่อาจกำหนดตำแหน่งที่ตั้งของอิเล็กตรอนนั้นในขณะใดขณะหนึ่งได้ ถ้าเราจะพยายามหาตำแหน่งที่ตั้งของมันก็ต้องจับให้อิเล็กตรอนหยุดนิ่งอยู่ กับที่ซึ่งจะทำให้มันสูญเสียคุณสมบัติแห่งความเป็นคลื่น อิเล็กตรอนที่หยุดนิ่งจะกลายเป็นอนุภาคทันที ดังนั้น องค์ประกอบย่อยของอะตอมบางครั้งจึงเป็นอนุภาคบางครั้งก็เป็นคลื่น ความเป็นทั้งอนุภาค และทั้งคลื่นนี้แหละที่ทำให้เกิดสภาวะที่ไม่สามารถ พยากรณ์ได้ (Unpredictable) トラบิตที่อนุภาคของอะตอมยังเคลื่อนที่ด้วยความเร็วสูง มันก็ปรากฏเป็นคลื่น เราไม่มีทางที่จะกำหนดคุณสมบัติที่แน่นอนของคลื่นนี้ได้ เมื่อเราพยายามหยุดมันไว้กับที่ มันก็สูญเสียคุณสมบัติของตัวเอง นอกจากนี้ วงโคจรของอนุภาครอบนิวเคลียสก็เปลี่ยนแปลงไปตามแรงที่กระทำต่อนิวเคลียส ดังนั้น พฤติกรรมขององค์ประกอบย่อยภายในโครงสร้างของอะตอมจึงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะมันมีคุณสมบัติที่เรากำหนดไม่ได้ และมีวงโคจรที่ไม่แน่นอน นี่คือหลักการแห่งความไม่แน่นอน (Uncertainty Principle) หลักการแห่งความไม่แน่นอน (Uncertainty Principle) ของฟิสิกส์ควอนตัมช่วยทำให้เราสามารถสร้างอนาคตของเราได้ใหม่ ชีวิตของเราไม่ได้ถูกลิขิตตายตัวจากอดีต ชีวิตของเรามีความไม่แน่นอนรออยู่ข้างหน้า ถ้าเราหมั่นทำดี เราก็จะเจริญก้าวหน้า

## เอกสารอ้างอิง

- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). **มองสันติภาพโลกผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2542.
- พระธรรมโกศาจารย์: **ปาฐกถาพิเศษ ปรากฏการณ์ความคิด วิฤติวันสิ้นโลก**. แหล่งที่มา: <https://www.mcu.ac.th>. เมษายน 2564.
- พุทธทาสภิกขุ. **ปฏิจจนุมปาทจากพระโอษฐ์**. ไซยา : คณะธรรมทาน ไซยา, 2521.
- พีชรา แสงศรี . 2547 . **โครงสร้างอะตอม** . (ออนไลน์) . แหล่งที่มา : [http://www.il.mahidol.ac.th/atomic\\_structure/atomic\\_structure.htm](http://www.il.mahidol.ac.th/atomic_structure/atomic_structure.htm). 3 มีนาคม 2563.
- พริตจ็อฟ คาปร้า. (แปลโดย วิภาดา กิตติโกวิท). **จุดกำเนิดแห่งเต๋าฟิสิกส์**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า .2532.
- วนิดา บำรุงไทย . 2552. **แบบจำลองอะตอมของรัทเธอร์ฟอร์ด**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://web.ku.ac.th/schoolnet/atom>. 1 มกราคม 2560
- Narain, A.K. **Studies in the History of Buddhism**. Delhi : B.R. Publishing Corp., 1980.
- Capra , Fritjof. **The Web of Life**. London : Flamingo , 1997.
- Aronson, Harvey B. **Love and Sympathy in Theravada Buddhism**. Delhi : Motilal Banarsidass, 1980.
- Jackson, Peter A. **Buddhism, Legitimation, and Conflict**. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 1989.



## อภินิหารปัจเจกชนในเทวทูตสูตรกับยุคเชื้อโควิด (Covid 19)

พระมหาณัฐพล ญาณसारโ (ไชยแก้ว)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Received September 18, 2021, Revised October 15, 2021, Accepted November 21, 2021

### บทคัดย่อ

เทวทูตสูตร ในพระสุตตันตปิฎกได้แฝงไปด้วยหลักพุทธธรรมที่มุ่งสอนให้ชาวพุทธสามารถเข้าใจชีวิตที่เป็นจริงได้ เห็นความเป็นไปของสิ่งทั้งหลายตามธรรมชาติของเหตุปัจจัย ให้ดำเนินถูกต้องตามจริยธรรม และข้อประพฤติปฏิบัติให้มีความสุข ที่เกี่ยวกับสถานะของสิ่งทั้งหลาย หรือธรรมชาติ และกฎธรรมชาตินั้นเอง เรียกว่า หลักปฏิจางสมุปบาท คือ เป็นธรรมที่แสดงในรูปของ “กฎธรรมชาติ” หลักธรรมที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น อภินิหารปัจเจกชนไตรลักษณ์ และกรรม เป็นต้น การพิจารณาความตายในยุคนี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะทำให้ชีวิตของเราไม่ประมาทซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันข่าวการเสียชีวิตจากโคโรนาไวรัสเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ไกลตัวในทุกพื้นที่ในโลกนี้ไปแล้ว การพิจารณาอภินิหารปัจเจกชนทำให้เราคลายทุกข์และคลายความกังวลได้เป็นอย่างดี ตลอดจนเข้าใจในสังขารของชีวิตอย่างถ่องแท้

**คำสำคัญ :** อภินิหารปัจเจกชน, เชื้อโควิด 19

### Aphinhapaccavekha in the Divine Sutra and the Covid 19

Phramaha Nuttpol Yanasaro (Chaiyakaew)

### Abstract

The Devadūta Sutta in the Suttantapitaka contains Buddhist principles that aim to teach Buddhists to understand the real life. sees the possibilities of things as normal causes and factors to operate in accordance with ethics and behavior to be happy Concerning the state of things or nature and the natural law itself is called the principle of paccasamuppada, which is the dharma expressed in the form of "natural law", the dharma principles associated with such as Abhinha paccaveka, the trilak and karma, etc. Considering death in this era is very important because it will make our lives not be careless. In the current situation, news of corona virus deaths is not far away in every area of the world. this is gone Contemplation of the Abhidhamma paccavekha gives us a great relief from suffering and anxiety. As well as fully understand the truth of life

**Keywords:** Aphinhapaccavekha, Covid 19



## บทนำ

หลักอภินิหารปัจเจกชน คือ การพิจารณาถึงความจริง ได้แก่ ความแก่ ความเจ็บ ความตาย ความพลัดพรากจากของรักของชอบใจ และกรรมที่เราทำกรรมอันใดไว้ต้องได้รับผลกรรมนั้น ๆ ตามนัยแห่งการพิจารณาอภินิหารปัจเจกชน ได้ทุกโอกาสหรือพิจารณาบ่อย ๆ ให้เป็นกิจวัตรประจำวัน ด้วยสติปัญญา เห็นและเข้าใจความเป็นจริงของชีวิต จนนำไปสู่การปล่อยวางความยึดมั่นถือมั่นได้ ซึ่งเราทุกคนต้องพิจารณาเพื่อให้เข้าใจความจริงของชีวิต และดำเนินชีวิตด้วยความไม่ประมาท ดังที่พระพุทธองค์ ทรงแสดงธรรมที่ควรพิจารณาเนื่อง ๆ แก่ภิกษุทั้งหลาย (อง.ปณจก. (ไทย) 22/57/99-101.) สตรี บุรุษ คฤหัสถ์ ไม่ว่าจะเป็นอย่างไหนก็ตาม ชายก็ตาม ผู้ที่บวชก็ตาม ไม่ได้บวชก็ตาม ควรพิจารณาความจริงของชีวิต 5 ประการ คือ

1. เรามีความแก่เป็นธรรมดา ล่วงพ้นความแก่ไปไม่ได้
2. เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดา ล่วงพ้นความเจ็บไข้ไปไม่ได้
3. เรามีความตายเป็นธรรมดา ล่วงพ้นความตายไปไม่ได้
4. เราจำต้องพลัดพรากจากบุคคลและสิ่งของซึ่งเรารักเราชอบทั้งสิ้น
5. เรามีกรรมเป็นของของตน เป็นผู้รับผลของกรรม มีกรรมเป็นกำเนิด มีกรรมเป็นเผ่าพันธุ์

มีกรรมเป็นที่พึ่งอาศัยเราทำกรรมใดไว้จะเป็นกรรมดีหรือกรรมชั่วก็ตาม เราย่อมเป็นผู้รับ

หลักความจริงที่ทุกคนควรพิจารณา 5 ข้อ นี้ เป็นสิ่งที่ผู้มีชีวิตตามอายุขัยจะต้องได้ประสบทุกคน ไม่มีใครจะหลีกเลี่ยงหนีได้พ้น ต่างแต่ว่าช้าหรือเร็วเท่านั้น เมื่อรู้กฎความจริงตามที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้แล้วเช่นนี้ทุกคนก็ไม่ควรประมาทควรหมั่นพิจารณาอยู่เป็นประจำเพื่อการทำใจหรือปรับใจยอมรับความจริงไว้ก่อน เมื่อเหตุการณ์ใน 5 ข้อนี้เกิดขึ้น เราก็จะได้ไม่ต้องฝืนกฎธรรมชาติของโลก เมื่อเราไม่ฝืนกฎของธรรมชาติหรือธรรมชาติก็เพื่อไม่ให้ประมาท ได้แก่ การปล่อยเสียซึ่งสติ ไม่ระลึกรัตริตรอง มองพิจารณา ปล่อยให้จิตโน้มไปทางอกุศล เช่น ทางความโลภ โกรธ หลง เป็นต้น ไม่ดำเนินทางกุศล มีทาน ศีล ภาวนา เป็นต้น ดังนี้เรียกว่า ความประมาท สิ่งที่เกี่ยวข้องให้เกิดความประมาทคือ ความเมา 3 อย่าง คือ

1. ความเมาในวัย คือคิดว่าเรายังหนุ่มสาวยังไม่ต้องละอกุศล ยังไม่ต้องเจริญกุศล
2. ความเมาในความไม่มีโรค คือคิดว่าเรายังแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยยังไม่ต้องละอกุศล
3. ความเมาในชีวิต คือคิดว่าเรายังไม่ตาย ยังมีชีวิตสืบต่อไปได้นาน ยังไม่ต้องละอกุศล ยังไม่ต้องเจริญกุศลความเมาทั้ง 3 นี้ เป็นเครื่องเกี่ยวพันให้เกิดความประมาท เพราะว่าเป็นเหตุให้

กระทำบาปทางกาย วาจา ใจ คิดประทุษร้ายแก่ผู้อื่น การหมั่นระลึก พิจารณาถึงหลักความจริงดังกล่าว ย่อมถือได้ว่า เป็นผู้ไม่ประมาทหมัวเมา สามารถตัดความยินดีในภพทั้งหลายได้ คลายความรักใคร่ในชีวิตเสียได้ จะเว้นเสียซึ่งบาปกรรม ทำให้เป็นผู้มีก่น้อย สันโดษ ไม่สะสมทวงแหวน ตระหนี่ข้าวของ จะคุ้นเคยในอนิจจังสัญญา คือรู้ว่าสังขาร คือ รูปธรรม นามธรรม ร่างกาย จิตใจ ไม่เที่ยง ทุกขสัญญา คือรู้ว่าเป็นทุกข์ อนัตตสัญญา คือรู้ว่าไม่ใช่ตัวตน สัตว์ บุคคล เรา เขา จะเป็นผู้ไม่กลัวตาย เวลาจะตายจะมีสติไม่หลงตาย เมื่อมีชีวิตอยู่ก็จะเป็นผู้ไม่ประมาท จะเป็นผู้ขยันขันแข็งในการละอกุศลกรรม และ จะเป็นผู้ขยันขันแข็งในการเจริญกุศลกรรม บุคคลผู้มีความไม่ประมาทในกุศลธรรมนี้ ย่อมเป็นมงคลอันประเสริฐในชีวิต (พระมหาบุญเลิศ ฐานาทินโน, 2547)



ในส่วนของอรรถกถาที่ปรากฏใน **อังคุตตรนิกาย ปัญจกนิบาต ทุติยปัณณาสก์** นิเวศวรรคที่ 1 (อรรถกถาฐานสูตรที่ 7) ย่อมกล่าวไว้ว่าพึงทราบวินิจฉัยในฐานสูตรที่ 7 ดังต่อไปนี้

บทว่า เราเป็นผู้มีความแก่เป็นสภาพ เราไม่ล่วงพ้นความแก่ไปได้ ย่อมเที่ยวไปในภายในความแก่นั่นเองแม้ในบททั้งหลายที่เหลือก็เช่นนี้เหมือนกันในบททั้งหลายว่า เป็นต้น

กรรมเป็นของเราคือเป็นของมีอยู่ของตน เพราะฉะนั้น เราจึงชื่อว่ามีกรรมเป็นของตน เราเป็นทายาทของกรรม อธิบายว่า กรรมเป็นมรดก คือเป็นสมบัติของเรา กรรมเป็นกำเนิดคือเป็นเหตุเกิดของเรา

เพราะฉะนั้น เราจึงชื่อว่ามีกรรมเป็นกำเนิด กรรมเป็นเผ่าพันธุ์ของเรา มีกรรมเป็นเผ่าพันธุ์ มีกรรมเป็นที่อาศัย มีกรรมเป็นทายาทของกรรมนั้น เราจักเป็นผู้รับผลที่กรรมนั้นให้

สรุปได้ว่าทั้งในพระไตรปิฎกและอรรถกถาได้กล่าวถึง ความเป็นมาคำว่า อภินหปัจจเวกขณั ไว้ว่า คือ ไม่ว่าจะเป็นอย่างไหนก็ตาม ชายก็ตาม ผู้ที่บวชก็ตาม ไม่ได้บวชก็ตาม ควรพิจารณาความจริงของชีวิต 5 ประการ คือ

1. เรามีความแก่เป็นธรรมดา ล่วงพ้นความแก่ไปไม่ได้
2. เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดา ล่วงพ้นความเจ็บไข้ไปไม่ได้
3. เรามีความตายเป็นธรรมดา ล่วงพ้นความตายไปไม่ได้
4. เราจำเป็นต้องพลัดพรากจากบุคคลและสิ่งของซึ่งเรารักเราชอบทั้งสิ้น
5. เรามีกรรมเป็นของของตน เราทำดีต้องได้ดี เราทำชั่วต้องได้ชั่ว

พิจารณาอยู่เป็นประจำเพื่อการทำใจหรือปรับใจ ยอมรับความจริงไว้ก่อน เมื่อเหตุการณ์ใน 5 ข้อนี้เกิดขึ้น เราก็จะได้ไม่ต้องฝืนกฎธรรมชาติของโลก เมื่อเราไม่ฝืนกฎของธรรมชาติหรือธรรมชาติ ความทุกข์ก็เกิดขึ้นน้อย หรือไม่เกิดเลย ก็เพื่อไม่ให้เรามาเมา ประมาท ได้แก่ การปล่อยเสียซึ่งสติ ไม่ระลึกรัตริตรง มองพิจารณา ปล่อยให้อึดมั่นไปทางอกุศล เช่น ทางความโลภ โกรธ หลง เป็นต้น ไม่ดำริไปทางกุศล มีทาน ศีล ภาวนา เป็นต้น การพิจารณาทั้ง 5 ประการ คือ เพื่อความไม่ประมาทความเมาในวัย เพื่อความไม่ประมาทความเมาในความไม่มีโรค และเพื่อความไม่ประมาทความเมาในชีวิต

#### ความหมายอภินหปัจจเวกขณั

ความหมายของอภินหปัจจเวกขณัได้ศึกษาไว้ 2 ประการ คือ (1) ความหมายของอภินหปัจจเวกขณัในด้านพระพุทธศาสนา (2) ลักษณะอภินหปัจจเวกขณั มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ความหมายของอภินหปัจจเวกขณั ในด้านพระพุทธศาสนา

อภินหปัจจเวกขณั 5 ในคัมภีร์พระพุทธศาสนาเถรวาท หมายถึง การพิจารณา 5 ประการ ได้แก่ 1) ควรพิจารณาทุกวัน ๆ ว่า เรามีความแก่เป็นธรรมดา ไม่ล่วงพ้นความแก่ไปได้ 2) ควรพิจารณาทุกวัน ๆ ว่า เรามีความเจ็บเป็นธรรมดา ไม่ล่วงพ้นความเจ็บไปได้ 3) ควรพิจารณาทุกวัน ๆ ว่า เรามีความตายเป็นธรรมดา ไม่ล่วงพ้นความตายไปได้ 4) ควรพิจารณาทุกวัน ๆ ว่า เราจะต้องพลัดพรากจากของรักของชอบใจทั้งสิ้น 5) ควรพิจารณาทุกวัน ๆ ว่า เรามีกรรมเป็นของตัว เราทำดีจักได้ดี ทำชั่วจักได้ชั่ว (อง. ปญจก. (ไทย) 22/81/128) อภินหปัจจเวกขณัขณะ 5 (ธรรมที่พิจารณาเนื่อง ๆ) มีอยู่ 5 ประการ ได้แก่

1. **ชราธัมมตา** พิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความแก่ เป็นธรรมดา ไม่มีใครล่วงพ้นไปได้
2. **พยาธิธัมมตา** พิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความเจ็บ เป็นธรรมดา ไม่มีใครล่วงพ้นไปได้



3. **มรณธัมมตา** พิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความตาย เป็นธรรมดา ไม่มีใครล่วงพ้นไปได้

4. **ปิยวินาภาวตา** พิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เราต้องพลัดพรากจากของรักของชอบใจทั้งนั้น (แม้แต่ตัวเองอันเป็นที่รักของตน)

5. **กัมมัสสกตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีกรรมเป็นของตน เราทำกรรมใด ดีก็ตาม ชั่วก็ตาม จักต้องเป็นทายาทของกรรมนั้นเมื่อ พิจารณาอยู่เสมออย่างนี้ ก็จะช่วยป้องกันความมัวเมาในความเป็นหนุ่มสาว ในทรัพย์สมบัติ และในชีวิต เป็นต้น บรรเทาความลุ่มหลง ความถือมั่นยึดติด และป้องกันการทำความทุจริต ทำให้เร่งชวนชวยทำแต่สิ่งที่ดีงามเป็นประโยชน์ (อง.ปญจก. (ไทย) 22/57/81)

ตามหลักที่เรียกว่า อภินิหปัจจเวกขณ (สิ่งที่ทุกคน ไม่ว่าหญิง ไม่ว่าชาย ไม่ว่าชาวบ้าน ไม่ว่าชาวดาวัต ควรหัดพิจารณาเนื่อง ๆ) ซึ่งมีอยู่ 5 ประการ คือ

1. **ชราธัมมตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความแก่เป็นธรรมดาไม่ล่วงพ้นความแก่ไปได้

2. **พยาธิธัมมตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความเจ็บป่วยไข้เป็นธรรมดา ไม่ล่วงพ้นความเจ็บป่วยไปได้

3. **มรณธัมมตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีความตายเป็นธรรมดา ไม่ล่วงพ้นความตายไปได้

4. **ปิยวินาภาวตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เราจักต้องประสบความพลัดพรากทั้งจากคนและของที่รักที่ชอบใจไปทั้งสิ้น

5. **กัมมัสสกตา** ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ว่า เรามีกรรมเป็นของตน เราทำกรรมใด ดีก็ตาม ชั่วก็ตาม จักต้องเป็นทายาทของกรรมนั้นเมื่อ พิจารณาอยู่เสมออย่างนี้ ก็จะช่วยป้องกันความมัวเมาในความเป็นหนุ่มสาว ในทรัพย์สมบัติ และในชีวิต เป็นต้น บรรเทาความลุ่มหลง ความถือมั่นยึดติด และป้องกันการทำความทุจริต ทำให้เร่งชวนชวยทำแต่สิ่งที่ดีงามเป็นประโยชน์

สรุปว่าความหมายของอภินิหปัจจเวกขณ หมายถึง ธรรมที่ควรพิจารณาให้ยอมรับตามความจริง 5 ประการนี้ ควรพิจารณาเนื่อง ๆ ทุกวัน เพื่อให้ใจเกิดความคุ้นเคย จะเป็นเหตุให้รับแรงทำ ความดี ไม่มัวเมาประมาทในวัย ไม่มัวเมาประมาทในความไม่มีโรค ไม่มัวเมาประมาทในชีวิต ไม่เศร้า โศกเสียใจในเมื่อตนเองต้องพลัดพรากจากบุคคลและสิ่งของที่รักที่ชอบใจ และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ในกฎแห่งกรรม

## 2) ลักษณะอภินิหปัจจเวกขณ

ลักษณะอภินิหปัจจเวกขณ ธรรมที่เป็นเหตุเป็นปัจจัยหรือเกี่ยวเนื่องกันอาศัยกัน เกิดขึ้นอิงอาศัยกันเกิดขึ้น ดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงไปโดยอิสระไม่ต้องอาศัยส่วนอื่นการดำเนินชีวิต แต่ละองค์มีความสัมพันธ์กันเหมือนลูกโซ่ ชีวิตของสัตว์ก็ย่อมหมุนเวียนอยู่ในวัฏจักร มีความเกี่ยวเนื่องกัน เหมือนลูกโซ่ ภาวะที่อาศัยกันเกิดขึ้นซึ่งเป็นระบบการกำเนิดของชีวิตอันเป็นกฎเกณฑ์ แห่งชีวิต ศาสนาสอนว่าชีวิตทุกชีวิตมีส่วนเป็นเหตุเป็นผลอาศัยกันเกิดขึ้นเนื่อง กันไม่ขาดสายเมื่อสิ่ง หนึ่งเกิดขึ้น ก็เป็นเหตุให้อีก สิ่งหนึ่งเกิดขึ้นสืบต่อกันเป็นลูกโซ่ ไม่รู้จักจบสิ้น องค์ประกอบของชีวิต ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามหลักของปฏิจจสมุปบาทนี้ ซึ่งมี อวิชชา สังขาร วิญญาณ ฯลฯ แต่ละองค์มีความสัมพันธ์กันเหมือนลูกโซ่ ชีวิตของสัตว์ก็ย่อมหมุนเวียนอยู่ในวัฏจักร มีความเกี่ยวเนื่องกัน เหมือนลูกโซ่



ปฏิจางสมุพบาท คือ ภาวะที่อาศัยกันเกิดขึ้นซึ่งเป็นระบบการกำเนิดของชีวิตอันเป็นกฎเกณฑ์แห่งชีวิต ศาสนาสอนว่า ชีวิตทุกชีวิตมีส่วนเป็นเหตุเป็นผลอาศัยกันเกิดขึ้นเนื่อง กันไม่ขาดสายเมื่อสิ่งหนึ่งเกิดขึ้น ก็เป็นเหตุให้อีก สิ่งหนึ่งเกิดขึ้นสืบต่อกันเป็นลูกโซ่ ไม่รู้จักจบสิ้น องค์ประกอบของชีวิตตามหลักของปฏิจางสมุพบาท ซึ่งเรียกว่า องค์แห่งภวจักร หรือองค์แห่งปฏิจางสมุพบาท ได้แก่ อวิชชา สังขาร วิญญาณ นามรูป สฬายตนะ ผัสสะ เวทนา ตัณหา อุปาทาน ความยึดมั่น ภพชาติ ชรามรณะ เป็นส่วนประกอบของชีวิต ทุก ๆ องค์อาศัยกันเกิดมีความสัมพันธ์กัน เช่น อวิชชา เป็นปัจจัยให้เกิด สังขาร สังขาร เป็นปัจจัยให้เกิด วิญญาณ ฯลฯ ชาติ เป็นปัจจัยให้เกิด ชรามรณะนี้เป็นปฏิจางสมุพบาท 1 วง หรือชีวิตหมุนไป 1 รอบวงจรแห่งปฏิจางสมุพบาท นิยมเรียกว่า ภวจักร ซึ่งแปลว่า วงล้อแห่งภพ หรือ สังสารจักร ซึ่งแปลว่า วงล้อแห่งสังสารวัฏฏ์ (พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตฺโต, ออนไลน์, 13 กันยายน 2555)

ชรา มรณะ (Decay and Death) คำว่า "ชรา" คือความเสื่อมอายุ ความห่อหมอนทรีย์ และคำว่า "มรณะ" คือ ความสลายแห่งขันธ ความขาดชีวิตินทรีย์ เมื่อนำคำทั้งสองมาต่อกันเป็น "ชรา มรณะ" คือความเสื่อมกับความสลายแห่งธรรมต่าง ๆ เหล่านั้น ๆ

ชรา มรณะ มีความหมายว่า ความสำนึกในความขาด พลาด หรือพรากแห่งตัวตนจากภาวะชีวิตอันนั้น ความรู้สึกที่ว่าตัวตนถูกคุกคามด้วยความสูญสิ้นสลาย หรือพลัดพรากกับภาวะชีวิตนั้น ๆ หรือการได้มีได้เป็นอย่างนั้น ๆ สำหรับชรา มรณะนี้ก็มิได้หมายเอาเพียงความเสื่อมกับความสลายของสิ่งที่เป็นรูปธรรมเท่านั้น แต่รวมไปถึงสิ่งทั้งปวงที่เป็นนามธรรมด้วย ดังที่ปรากฏในหลักของสติที่ทุกคนจะต้องพิจารณาและเข้าใจชีวิต การมีสติก็เพื่อหยุดยั้งคิดและนอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวเนื่องกับหลักปฏิจางสมุพบาทตั้งแต่เบื้องต้น ท่ามกลาง และเบื้องปลาย มีความเป็นเหตุเป็นผลกัน ดังนั้นบาทฐานสำคัญของหลักอภินิหารปัจเจกชนก็คือ หลักสติ กับหลักปฏิจางสมุพบาทตามที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น

### ประเภทอภินิหารปัจเจกชน

ประเภทอภินิหารปัจเจกชนที่ปรากฏในคัมภีร์พระพุทธศาสนาเถรวาทนั้นมีอยู่ 5 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

**1. ชราธัมมตา** ชราธัมมตา หมายถึง เรามีความแก่เป็นธรรมดาไม่ล่วงพ้นความแก่ ไปได้ สัตว์ทั้งหลายเมื่อเกิดมาแล้วทุกชีวิตย่อมหนีความแก่ไปไม่ได้พระองค์จึงทรงแนะนำให้นำมาพิจารณาเนืองๆ บ่อยๆ เพื่อให้บรรเทาความลุ่มหลงมัวเมาในชีวิตว่าเรายังไม่แก่ ดังเช่น พระอานนท์ได้ทูลกับพระผู้มีพระภาคถึงความแก่ชราในสมัยหนึ่งที่พระองค์ประทับอยู่ ณ ปราสาทของนางวิสาขาไมคารมาตาในบุพพารามใกล้พระนครสาวัตถี ก็สมัยนั้น พระผู้มีพระภาคเสด็จออกจากที่หลักเรือนในเวลาเย็น แล้วประทับนั่งผินพระพักตร์ทางทิศฝั่งแควในที่ที่มีแสงแดดส่องมาจากทิศประจิมอยู่ครั้งนั้น ท่านพระอานนท์เข้าไปเฝ้าพระผู้มีพระภาคถึงที่ประทับถวายบังคมพระผู้มีพระภาคแล้ว ปิบนวดพระกายของพระผู้มีพระภาคด้วยฝ่ามือ พลังกราบทูลว่า (ส.ม. (ไทย) 19/962/49) ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ นำอัครจรรย ไม่เคยมีมาแล้ว เวลานี้ พระฉวีวรรณของพระผู้มีพระภาคไม่บริสุทธิ์ผุดผ่องเหมือนเมื่อก่อนพระสรีระก็ห่อหมอน เป็นเกลียว พระกายก็ค่อมไปข้างหน้า และความแปรปรวนของอินทรีย์ คือ พระจักขุ พระโสตะ พระฆานะ พระชีวะหา พระกาย ก็ปรากฏอยู่ (ส.ม. 19/963/50 )

พระผู้มีพระภาคผู้สุคตศาสดา ครั้นตรัสไวยากรณภาษิตนี้จบลงแล้ว จึงได้ตรัสคาถาประพันธ์ต่อไปอีกว่า ถึงท่านจะติความแก่อันเลวทราม ถึงท่านจะติความแก่อันทำให้ผิวพรรณทรามไปรูปอันน่า



พึงใจก็คงถูก ความแก่ย่ำย้อยอยู่นั่นเอง แม้ผู้ใดพึงมีชีวิตอยู่ได้ร้อยปี (ผู้นั้นก็ไม่สามารถ พ้นความชรา, ความตายได้) สัตว์ทั้งปวงมีความตายเป็นเบื้องหน้า ความตายย่อมไม่ละเว้นอะไรๆ ย่อมย่ำยี้ทั้งหมดทีเดียว (ส.ม. (ไทย) 19/965/54)

ภิกษุทั้งหลาย สิ่งทั้งปวงมีความแก่ (ชรา) เป็นธรรมดา คืออะไรเล่า ดูกรภิกษุทั้งหลาย คือ จักษุ รูป จักษุวิญญาณ จักษุสัมผัส (ผัสสะ) มีความชรา ( ความแปรปรวนของจิต ) เป็นธรรมดาแม้ สุขเวทนาทุกขเวทนา หรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้นเพราะจักษุ สัมผัสเป็นปัจจัยก็ มีความชรา (ความแปรปรวน) เป็นธรรมดา... ฯลฯ ใจ ธรรมารมณ์ มโนวิญญาณ มโนสัมผัส (ผัสสะ) มีความชรา (ความแปรปรวนของจิตขึ้น) เป็นธรรมดา แม้สุขเวทนา ทุกขเวทนา หรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะมโนสัมผัสเป็นปัจจัยก็มีความชรา(แปรปรวนขึ้น เป็น ธรรมดา ดูกรภิกษุทั้งหลาย อริยสาวกผู้ได้สดับแล้ว เห็นอยู่อย่าง นี้ ย่อม เบื่อหน่าย (นิพพิทา) ทั้งใน จักษุ ทั้งใน รูปทั้งใน จักษุวิญญาณ ทั้งในจักษุสัมผัสทั้งในสุขเวทนาทุกขเวทนาหรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะจักษุสัมผัสเป็นปัจจัย ฯลฯ ทั้งในใจ ทั้งใน ธรรมารมณ์ ทั้งในมโนวิญญาณ ทั้งในมโนสัมผัสทั้งในสุขเวทนา สุขเวทนา ทุกขเวทนา หรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะมโนสัมผัสเป็นปัจจัย เมื่อเบื่อหน่ายย่อมคลาย กำหนด เพราะคลายกำหนด ย่อมหลุดพ้น เมื่อหลุดพ้นแล้ว ย่อมมีญาณหยั่งรู้ว่าหลุดพ้นแล้ว รู้ชัดว่าชาติสิ้นแล้ว พรหมจรรย์อยู่จบแล้ว กิจควรทำ ทำเสร็จแล้ว กิจอื่นเพื่อความเป็นอย่างนี้มิได้มี ดังนี้ ฯ

สรุปได้ว่า ธรรมหรือธรรมชาติของการเกิด (ชาติ) ของสังขารทั้งปวง เป็นธรรมดา และชรา ธรรมสูตร แสดงถึง ธรรมหรือธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลง, การแปรปรวน, การเสื่อมไป (ชรา) ของสังขารทั้งปวง เป็นธรรมดา

**2) พยาธิธัมมตา** หมายถึง เรามีความป่วยไข้เป็นธรรมดาไม่ล่วงพ้นความป่วยไข้ไปได้บุคคลที่เกิดมาในโลกนี้ ความป่วยไข้ไปได้ ไม่มีใครหนีความป่วยไข้ไม่ว่าจะเป็นเด็กหนุ่มสาวความป่วยไข้ไปได้ บุคคลที่เกิดมาในโลกนี้ไม่มีใครหนีความป่วยไข้ไปได้ไม่ว่าจะเป็นเด็กหนุ่มสาวหรือคนแก่ชราที่ตามย่อมหนีความเจ็บป่วยไปไม่ได้ดังในพยาธิธรรมสูตรสอนให้เราพิจารณาเนื่อง ๆ บ่อย ๆ ก็จะช่วยลดความประมาทในความไม่มีโรค ที่พระพุทธองค์ทรงแสดงแก่ภิกษุทั้งหลายไว้ดังนี้

พยาธิธรรมสูตร แสดงถึง ธรรมหรือธรรมชาติของการเจ็บป่วย, ไข้ (พยาธิ) ของสังขาร เป็นธรรมดา ดังที่พระพุทธองค์ตรัสว่า

ภิกษุทั้งหลาย สิ่งทั้งปวงมีความป่วยไข้ (พยาธิ) เป็นธรรมดา คืออะไรเล่า ดูกรภิกษุทั้งหลาย คือ จักษุ รูป จักษุวิญญาณ จักษุสัมผัส (ผัสสะ) มีความป่วยไข้ (พยาธิ) (ความแปรปรวนของจิต) เป็นธรรมดา แม้สุขเวทนา ทุกขเวทนา หรืออทุกขมสุขเวทนาที่เกิดขึ้นเพราะ จักษุสัมผัส เป็นปัจจัย ก็มี ความชรา (ความแปรปรวน) เป็นธรรมดา ใจธรรมารมณ์ มโนวิญญาณ มโนสัมผัส (ผัสสะ) มีความป่วยไข้ (พยาธิ) (ความแปรปรวนของจิตขึ้น) เป็นธรรมดาแม้สุขเวทนา ทุกขเวทนา หรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะมโนสัมผัสเป็นปัจจัย ก็มีความเจ็บป่วย (แปรปรวนขึ้น) เป็นธรรมดา



ภิกษุทั้งหลายอริยสาวกผู้ได้สดับแล้ว เห็นอยู่อย่างนี้ย่อมเบื่อหน่าย (นิพพิทา) ทั้งในจักขุ ทั้งในรูป ทั้งในจักขุวิญญาณ ทั้งในจักขุสัมผัสทั้งในสุขเวทนาทุกขเวทนาหรืออทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะจักขุสัมผัสเป็นปัจจัย ทั้งในใจ ทั้งในธรรมารมณ์ ทั้งในมโนวิญญาณ ทั้งในมโนสัมผัสทั้งในสุขเวทนา ทุกขเวทนา หรือ อทุกขมสุขเวทนา ที่เกิดขึ้น เพราะมโนสัมผัส เป็นปัจจัย เมื่อเบื่อหน่ายย่อมคลายกำหนด เพราะคลายกำหนด ย่อมหลุดพ้น เมื่อหลุดพ้นแล้ว ย่อมมีญาณหยั่งรู้ว่าหลุดพ้นแล้ว รู้ชัดว่าชาติสิ้นแล้วพรหมจรรย์อยู่จบแล้ว กิจควรทำทำเสร็จแล้ว กิจอื่น เพื่อความเป็นอยู่อย่างนี้มิได้มี ดังนี้ฯ” (ส.สพ. (ไทย) 18/38/67)

ดังนั้น พยาธิธัมมตา แสดงถึง ธรรมหรือธรรมชาติของการเจ็บป่วย,ไข้ (พยาธิ) ของสังขาร เป็นเรื่องธรรมดาของผู้ที่มีชีวิต ผู้ที่ยอมรับความจริงที่เกิดขึ้นทางทวารทั้ง 6 ทาง แล้วพิจารณาสิ่งปรากฏ ย่อมเกิดความเบื่อหน่าย ย่อมคลายกำหนดเพราะคลายกำหนดย่อมหลุดพ้น เมื่อหลุดพ้นแล้ว ย่อมมีญาณหยั่งรู้ว่าหลุดพ้นแล้ว

3) **มรณธัมมตา** มรณธัมมตา หมายถึงความตายเป็นธรรมดาไม่ล่วงพ้นความตาย ได้จะเป็นคนหนีหรือคนยากจนก็หนีความตายไปไม่พ้น พระองค์ทรงให้เราพิจารณาเนื่อง ๆ บ่อย ๆ เพื่อ บรรเทาในชีวิตว่าตนเองจะยังไม่ตายในมรณสูตรท่านแสดงให้เห็นถึงความเป็นอนิจจังทุกขังอนัตตาของ ชีวิตเพื่อความไม่ลุ่มหลงมัวเมาตั้งในชราสูตรกล่าวว่า

มรณัสสติ หรือมรณสติ เป็นพระสูตรที่กล่าวถึงการมีสติระลึกถึงความตาย อันจะต้องมีมาถึง ตนเป็นธรรมดาพิจารณาเพื่อให้ใจสงบจากอกุศลธรรมและเกิดความไม่ประมาทและไม่หวาดกลัว แต่คิดเร่งชวนชวนบำเพ็ญกิจ และทำความดี (ข้อ 7 ในอนุสติ 10) มรณัสสติสูตรที่ 1 เป็นการมีสติ ไม่ประมาทระลึกถึงความตายอยู่เสมอ ๆ เพื่อให้เกิดนิพพิทาส่วนในมรณัสสติ สูตรที่ นั้น เป็นการสอนให้มีสติระลึกถึงความตายว่าไม่เพียง เกิดขึ้นเมื่อไรก็ได้ทุกขณะ จึงควรมีความเพียรในมรณัสสติสูตรปรากฏในพระคัมภีร์ที่พระองค์ทรงแสดงถึงผู้เจริญมรณัสสติไว้

4) **ปิยวินาภาวตา** ปิยวินาภาวตา หมายถึงการพลัดพรากจากของรักของชอบใจ เป็นธรรมดาไม่ล่วงพ้นความพลัดพรากจากของรักของชอบใจไปไม่ว่าจะเป็นใครก็หนี ความทุกข์เหล่านี้ ไปไม่พ้นหากทำใจไม่ได้อาจถึงชีวิตได้ดังที่เราทราบจากชื่อต่างๆ ทั้งในทีวีหนังสือพิมพ์ บางคนถึงขั้นตอมใจตายไปก็มีพระองค์จึง ทรงให้เราพิจารณาทุกวัน ๆ เพื่อ ช่วยทำให้จิตคลาย ความทุกข์ดังนี้ ภิกษุทั้งหลาย ก็ทุกขอริยสังขเป็นฉนวน ก็ความพลัดพรากจากสิ่งทีรัก ก็ เป็นทุกข์ เป็น ฉนวนความไม่ประสบความสำเร็จไม่ พรั่งพร้อมความไม่ร่วม ความไม่ระคนด้วยรูป เสี่ยงกลืนรสใฝ่ภพพะอันน่าปรารถนาน่าใคร่ น่าพอใจ หรือด้วยบุคคล ผู้ปรารถนาประโยชน์ ปรารถนาสิ่งที่เกื้อกูล ปรารถนาความ ผาสุก ปรารถนาความ เกษมจากโยคะ ซึ่งมี แก่ผู้นั้น คือ มารดา บิดา พี่ชาย น้องชาย พี่หญิง น้องหญิง มิตร อำมาตย์ หรือ ญาติสาโลหิต นี้เรียกว่า ความ พลัดพราก จากสิ่งเป็นที่รัก ก็เป็นทุกข์ (ม.มู. (ไทย) 12/146/23)

5) **กัมมัตสกตา** หมายถึง เรามีกรรมเป็นของตนดีก็ตาม ชั่วก็ตามจะต่อได้รับผลแห่งตนทุกคนไม่อาจหนีการกระทำของตนไปได้ เหมือนเงาตามตนฉันนั้นดังความหมายกัมมัตสกตา ดังนี้ ความหมายของคำว่า กัมมัตสกตา แปลว่า ความเป็น ผู้มีกรรมเป็นของตน เป็นกฎแห่งกรรมอันหนึ่ง คือ ทุกคนจำจะต้องรับผลกรรมที่ตนทำไว้กรรม การกระทำ หมายถึง การกระทำที่ประกอบด้วยเจตนา คือ ทำด้วยความตั้งใจหรือจงใจทำ ดีก็ตาม ชั่วก็ตาม การกระทำที่ดีเรียกว่า “กรรมดี” ที่ชั่ว เรียกว่า



“กรรมชั่ว” กรรมจำแนกตามคุณภาพ หรือตามธรรมที่เป็นมูลเหตุ มี 2 คือ (1) อกุศลกรรม กรรม (การกระทำ) ที่เป็นอกุศล กรรมชั่ว คือเกิดจากอกุศลมูล (2) กุศลกรรม กรรม (การกระทำ) ที่เป็นกุศลกรรมดี คือเกิดจากกุศลมูล ส่วนอีกประเด็น คือ กรรม 3 กรรมจำแนกตามทวาร คือ ทางที่ทำการกรรม มี 3 คือ (1) กายกรรม การกระทำทางกาย (2) วาจากรรม การกระทำทางวาจา (3) มโนกรรม การกระทำทางใจ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2538)

สรุปได้ว่าหลักธรรมประเภทอกุศลหทัยเจตนา คือ การพิจารณาความจริงเนื่องๆบ่อยๆของชีวิตเรียกว่าอกุศลหทัยเจตนา ซึ่งหมายถึง การพิจารณาในธรรม 5 ประการ ด้วยกัน คือ

1. เรามีความแก่ธรรมดา เราไม่ล่วงพ้นความแก่ไปได้
2. เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดาเราไม่ล่วงพ้นความเจ็บไข้ไปได้
3. เรามีความตายเป็นธรรมดาเราไม่ล่วงพ้นความตายไปได้
4. เรามีความพลัดพรากจากของรักของชอบใจเป็นธรรมดาเราไม่ล่วงพ้นจากของรักของชอบใจไปได้

5. เรามีกรรมเป็นของ ๆ ตนเราจะ ทำดีก็ทำ ทำชั่วก็ทำจะต้องได้รับผลของกรรมนั้น สืบต่อไปเมื่อเรา พิจารณาธรรมห้าประการ นั้นอยู่เนื่อง ๆ บ่อยๆก็จะเกิดปัญญาความรู้และเข้าใจ จนจิตใจ เกิดสติปัญญารู้แจ้งตามความ เป็นจริงไม่หลงใญ่ในความไม่มีโรค และในชีวิต ก็จะไม่ตั้งอยู่ในความ ประมาทหันมาทำความดี ดังสุภาษิตที่ว่า การสั่งสมบุญนำสุขมาให้

### ความสำคัญอกุศลหทัยเจตนา

ความสำคัญอกุศลหทัยเจตนา คือ เมื่อบุคคลได้พิจารณาถึงความเป็นจริงมี 5 ประเภท คือ พิจารณาความแก่ ความตาย ความพลัดพรากจากของรักของชอบใจ และกรรมที่เราได้รับผลกรรมนั้น ๆ ทำให้เห็นธรรมเหล่านี้และเข้าใจความเป็นจริงของชีวิต จนนำไปสู่การปล่อยวางความยึดมั่นได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญในการพิจารณาธรรมที่ควรพิจารณา คือ อกุศลหทัยเจตนา เพื่อให้ยอมรับความเป็นจริง ซึ่งเราทุกคนต้องพิจารณาเพื่อเข้าใจความจริงของชีวิต และดำเนินชีวิตอย่างไม่ประมาท

### ความสำคัญในฐานะหลักธรรมเทวทูตสูตร

หลักธรรมที่สำคัญที่เกี่ยวข้องเทวทูตสูตร เป็นหลักธรรมที่เกี่ยวข้องกระบวนการ ความเกิด ความเจ็บป่วย ความตาย เกี่ยวกับชีวิต และแนวทางปฏิบัติตามหลักคำสอน สมัยหนึ่ง ขณะที่พระพุทธเจ้าประทับเจ้าพรชาน ณ เวฬุคาม ในระหว่างพรรษานั้นพระองค์ทรงประชวรหนักได้รับทุกขเวทนาอย่างรุนแรง ถึงขั้นจวนเจียนจะปรินิพพาน ในครั้งนี้ พบว่าพระพุทธองค์ทรงใช้วิธี สัมผัสปัญญะ ทรงใช้ขันติ คือความอดกลั้นอดทนอย่างไม่พริ้งพริ้ว และใช้การทำสมาธิด้วยการเข้าสู่สมาธิขัณฑ์อาพาธครั้งนี้ จนกระทั่งอาการพระประชวรค่อย ๆ สงบลงและหายจากพระประชวรได้ ดังที่พระองค์ตรัสกับพระอานนท์ว่า

บัดนี้ เราเป็นผู้ชรา แก่ เฒ่า ความตาย ล่วงกาลมานาน ผ่านวัยมานาน เรามีวัย 80 ปี ร่างกายของตถาคตยังเป็นไปได้ ก็เหมือนกับเกวียนเก่าที่ซ่อมแซมด้วยไม้ไผ่ ฉะนั้น ร่างกายของตถาคตยังสบายขึ้น ก็เฉพาะในเวลาที่เราเข้าสู่สมาธิ อันไม่มีนิมิต เพราะไม่มีนิมิต เพราะไม่ใส่ใจนิมิตทุกอย่าง และเพราะเวลาดับเวทนาบางอย่างได้เท่านั้น (ส.ม.(ไทย) 19/375/222-224)



พระสูตรนี้ได้ให้แง่คิดจากพระดำรัสของพระพุทธเจ้าที่ตรัสว่า ผู้สูงวัยแล้วย่อมมีร่างกายเปรียบเสมือนกับเกวียนเก่าที่เขาซ่อมแซมด้วยไม้ไผ่ ย่อมไม่อาจทำให้กลับแข็งแรงดังเดิมได้ การไม่ประมาทในวัย ไม่ประมาทในชีวิต ไม่หลงมัวเมา สำคัญตนว่ายังเป็นหนุ่มเป็นสาว จึงยังแต่เที่ยวเล่นเพลิดเพลิน หลงระเริงไปกับสิ่งยั่วชวนต่าง ๆ ไป วันหนึ่งๆ เพราะวัยย่อมร่วงโรยไปตามกาลเวลา ต้องหมั่นตรึกตรองอย่างมีสติ ไม่ประมาท ถึงความเปลี่ยนแปลงของวัยอยู่เสมอ ชีวิตนี้ไม่แน่นอน เพราะเรา จะตายเมื่อไหร่ก็ได้ จึงควรหมั่นทำความดี ละเว้นความชั่ว และทำจิตให้ขาวรอบอย่างเต็มกำลังเต็มความสามารถเป็นประจำสม่ำเสมอ

## สติ

สติ ความหมายตามพระพุทธพจน์ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), 2543) แปลว่า ความระลึกได้ถึงสิ่งที่เคยทำ คำที่เคยพูดแล้วได้ สติ คือ ความระวัง ความไม่ขาดสติ

พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้หลายแห่งในฐานะเป็นอุปการธรรม ในฐานะเป็นสิ่งที่ดีเยี่ยม สติ คือ การตั้งสติ ในกาย เวทนา จิต ธรรม เป็นหลักธรรมที่อยู่ในมหาสติปัฏฐานสูตร 4 เป็นข้อปฏิบัติเพื่อรู้แจ้ง คือ เข้าใจตามเป็นจริงของสิ่งทั้งปวงโดยไม่ถูกกิเลสครอบงำ (ที.ม. (ไทย) 10/372-405/301-340) ระดับ คือ กาย เวทนา จิต และ ธรรม คำว่าสติปัฏฐานนั้นมาจาก (สร ธาตุ + ตี ปัจจัย + ป อุปสัคค์ + รฐา ธาตุ) แปลว่า สติที่ตั้งมั่น, การหมั่นระลึก, การมีสัมมาสติระลึกขึ้นพ้นจากการคิดโดยตั้งใจ แต่เกิดจากจิตจำสภาวะได้ แล้วระลึกโดยอัตโนมัติ โดยคำว่า สติ หมายถึงความระลึกรู้ เป็นเจตสิกประเภทหนึ่ง ส่วนปัฏฐาน แปล ได้หลายอย่าง แต่ใน มหาสติปัฏฐานสูตร และ สติปัฏฐานสูตร หมายถึง ความตั้งมั่น, ความแน่วแน่, ความมุ่งมั่นโดยรวมคือ เข้าไปรู้เห็นในสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง ตามมุมมองของไตรลักษณ์หรือสามัญลักษณ์ โดยไม่มีความยึดติดด้วยอำนาจกิเลส และ ปราศจากความความโลภ "ความโกรธ" ความหลง ได้แก่

1. กายานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือ การมีสติระลึกรู้กายเป็นฐาน ซึ่งภายในที่นี้หมายถึงประชุมหรือ รวม นั่นคือธาตุ 4 ได้แก่ ดิน น้ำ ลม ไฟมาประชุมรวมกันเป็นร่างกาย ไม่มองกายด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา แต่มองแยกเป็น รูปธรรมหนึ่ง ๆ เห็นความเกิดดับ กายล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา
  2. เวทนานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือ การมีสติระลึกรู้เวทนาเป็นฐาน ไม่มองเวทนาด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือ ไม่มองว่าเรากำลังทุกข์ หรือ เรากำลังสุข หรือเราเฉยๆ แต่มองแยกเป็นนามธรรมอย่างหนึ่ง เห็นความเกิดดับ เวทนาล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และ เป็นอนัตตา
  3. จิตตานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือ การมีสติระลึกรู้จิตเป็นฐาน เป็นการนำจิตมาระลึกรู้เจตสิก หรือ รู้จิตก็ได้ ไม่มองจิตด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือ ไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลังโกรธ หรือ เรากำลังเหม่อลอย แต่มองแยกเป็นนามธรรมอย่างหนึ่ง เห็นความเกิดดับ จิตล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และ เป็นอนัตตา
  4. ธรรมมานุปัสสนาสติปัฏฐานคือการพิจารณาเห็นธรรมบ่อย ๆ เนื่องจากหรือการมีสติระลึกรู้สภาวะธรรมเป็นฐาน ทั้งรูปธรรมและนามธรรมล้วนมีความเกิดดับ ไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และ เป็นอนัตตา
- สรุปได้ว่าเมื่อเจริญสติในฐานทั้ง 4 คือ กาย เวทนา จิต และ ธรรม ให้เรามีสติระลึกอยู่เสมอว่าเรามีความแก่เป็นธรรมดา ล่วงความแก่ไปไม่ได้เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดา ล่วงความเจ็บไข้ไปไม่ได้



เรามีความตายเป็นธรรมดา ล่วงความตายไปไม่ได้ เราจะต้องพลัดพรากจากของรักของเจริญใจทั้งหลาย ทั้งปวง และเราเป็นผู้มีกรรมเป็นของของตนที่ตนทำไว้ดี-ชั่วก็ตามจะต้องได้รับผลกรรมนั้น ๆ

### หลักไตรสิกขา

ไตรสิกขา คือ คือ หลักการพัฒนาชีวิตเพื่อให้ประสบความสำเร็จเป็นคนสมบูรณ์แบบตาม แนวพุทธ ไตรสิกขา จึงจัดอยู่ใน มรรค (ธรรมที่ควรเจริญ) คือ ควรทำให้เกิดมีขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ พัฒนาชีวิต มีดังนี้

**1. ศิล** หมายถึง ความเป็นปกติ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ศิลเป็นพื้นฐานเป็นตัวช่วย ชำระ ความรู้ให้บริสุทธิ์ และความรู้เองก็ช่วยชำระศีล ซึ่งต่างก็ช่วยชำระกันและกันให้บริสุทธิ์บุคคลที่มี ศิล ก็ชื่อว่ามีความรู้ หรือมีวิชา ก็ชื่อว่ามีศีลด้วย

เพราะฉะนั้น ศิลจึงเป็นองค์ประกอบแห่งวิชา หรือปัญญาด้วยเหตุที่ศีลมีลักษณะเป็นที่ อาศัย เป็นที่ตั้งแห่งความรู้ บุคคลผู้ปฏิบัติสมณะและวิปัสสนาต้องอาศัยศีล ตั้งอยู่ในศีลแล้วจึงทำ อินทรีย์ คือ ปัญญาอินทรีย์ให้เกิดได้ เหมือนกับบุคคลผู้จะทำการงานทุกอย่าง อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่ง จะต้องทำบนบก ที่ทำอยู่ ต้องอาศัยแผ่นดิน ตั้งอยู่ที่แผ่นดินจึงทำได้ เป็นต้น

**2. สมาธิ** นี้เป็นองค์ประกอบของวิชาอันเป็นตัวส่งเสริม เป็นกำลังในการเจริญความรู้ตาม หลักทางพุทธศาสนา สมาธิ คือสมณะนั่นเอง มีความหมายเหมือนกัน ใช้แทนกันได้ และความมุ่ง หมายในการสร้างสมาธิในพุทธศาสนา ก็เพื่อใช้เป็นบาทฐานของวิปัสสนา ซึ่งก็เป็นการอบรมความรู้ที่มี สมาธิเป็นบาทฐาน ดังนั้น สมาธิจึงเป็นเหตุใกล้ของวิชา ดังพระบาลีว่า “สมาธิโต ยถาภูต ชานาตี ปสสตี แปลว่า ผู้มีจิตเป็นสมาธิ ย่อมรู้เห็นตามเป็นจริง” (อง.ทสก. (ไทย) 24/6/9) และสมาธิที่ ประเสริฐที่สุดที่ช่วยให้ตรัสรู้ ช่วยให้ความรู้พัฒนาเดินหน้าไปได้เรื่อย ๆ จนกำจัดกิเลสได้และหลุดพ้น คือ สมาธิที่เป็นองค์แห่งมรรคนั่นเอง เป็นสมาธิที่ให้ผลต่อเนื่องไปทันที คือทำให้บรรลอรุณผลทันที ไม่มี อะไรคั่นหรือแทรกกระหว่างได้ เป็นสมาธิที่พระพุทธเจ้าทรงสรรเสริญมากที่สุด มีเนื้อความมาในรัตนสูตร ความว่า “พระพุทธเจ้าผู้ประเสริฐสุด ทรงสรรเสริญแล้ว ซึ่งสมาธิใด ๆ เป็นธรรมอันสะอาด บัณฑิต ทั้งหลาย กล่าวสมาธิใดว่าให้ผลในลำดับสมาธิอื่น เสมอด้วยสมาธินั้น ย่อมไม่มี ธรรมรัตนะแก่นนี้เป็น รัตนะอันประณีต (ขุ.ขุ. (ไทย) 25/6/10)

**3. ปัญญา** แปลว่า การเห็นแจ้งหรือวิธีทำให้เกิดการเห็นแจ้ง หมายถึง การอบรมความรู้ นั้นเองให้มีความเห็นแจ้งรู้ชัดในสิ่งทั้งหลายตรงต่อสภาวะของมันทำให้เข้าใจตามความเป็นจริงจนถอน ความหลงผิด ความรู้ผิด และความยึดติดในสิ่งทั้งหลายได้ ทำให้กำจัดอวิชชา คือความหลงความไม่รู้ ให้หมดสิ้นไป ทำให้เกิดมีวิชาขึ้นแทน เพราะผลมุ่งหมายแห่งการเจริญวิปัสสนา คือปัญญาหรือวิชชา นั้นเอง ในการพิจารณาตามหลักอภินิหารปัจเจกชน ว่าเรามีความแก่เป็นธรรมดา ล่วงความแก่ไปไม่ได้ เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดา ล่วงความเจ็บไข้ไปไม่ได้ เรามีความตายเป็นธรรมดา ล่วงความตายไป ไม่ได้ เราจะต้องพลัดพรากจากของรักของเจริญใจทั้งหลายทั้งปวง และเราเป็นผู้มีกรรมเป็นของของตน ที่ตนทำไว้ดี-ชั่วก็ตามจะต้องได้รับผลกรรมนั้น ๆ เมื่อบุคคลต้องการพัฒนาความรู้ ให้เจริญขึ้น จนได้ชื่อ ว่า “วิชา ก็ต้องเจริญกระทำให้มาก ซึ่งธรรมที่เป็นส่วนแห่งวิชา คือ “สมณะและวิปัสสนา” จนละ อวิชชาได้แล้วทำวิชาให้เกิดขึ้น” (อง.ทก. (ไทย) 20/32/76)

ดังนั้น ศิล สมาธิ และปัญญา จึงเป็นองค์ประกอบซึ่งกันและกันโดยแท้ มีความสัมพันธ์กัน เป็น ปัจจัยแก่กัน และเป็นไปเพื่อความรู้อย่าง เพราะต้องอาศัยเหตุปัจจัยของศีลเป็นพื้นฐานเสียก่อน เพื่อจะ ดำเนินไปสู่สมาธิ เมื่อสมาธิตั้งมั่นแล้วย่อมทำให้เกิดปัญญาพิจารณาหลักอภินิหารปัจเจกชนเช่น สติ



ระลึกอยู่เสมอด้วยความตั้งมั่นของสมาธิหลักจากนั้นใช้ปัญญาพิจารณา ว่าเรามีความแก่เป็นธรรมดา ล่วงความแก่ไปไม่ได้ เรามีความเจ็บไข้เป็นธรรมดา ล่วงความเจ็บไข้ไปไม่ได้ เรามีความตายเป็นธรรมดา ล่วงความตายไปไม่ได้ เราจะต้องพลัดพรากจากของรักของเจริญใจทั้งหลายทั้งปวง และเราเป็นผู้มีกรรม เป็นของของตนที่ตนทำไว้ดี-ชั่วก็ตามจะต้องได้รับผลกรรมนั้น ๆ

หลักอภินิหารปัจเจกชน ความหมาย การพิจารณาถึงความแก่ ความเจ็บ ความตาย ความพลัดพรากจากของรักของชอบใจ และกรรมที่เราทำกรรมอันใดไว้ต้องได้รับผลกรรมนั้น ๆ ตามนัยแห่งการพิจารณาอภินิหารปัจเจกชน ได้ทุกโอกาสหรือพิจารณาบ่อย ๆ ให้เป็นกิจวัตรประจำวัน ด้วยสติปัญญา และอยู่ในกรอบของไตรสิกขา เป็นต้น เห็นและเข้าใจความเป็นจริงของชีวิต จนนำไปสู่การปล่อยวาง ความยึดมั่นถือมั่นได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญในการพิจารณาธรรมที่ควรพิจารณาคืออภินิหารปัจเจกชน เพื่อให้ยอมรับตามความจริง ซึ่งเราทุกคนต้องพิจารณาเพื่อให้เข้าใจความจริงของชีวิต และดำเนินชีวิตด้วยความไม่ประมาท

### ยุคเชื้อโควิด-19

จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อหลายพื้นที่ของประเทศไทยและแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทยอีกด้วย รัฐบาลได้มีมาตรการด้านต่าง ๆ ในการรับมือกับการระบาดครั้งนี้ เช่น การรับมือทางเศรษฐกิจ การรับมือทางการแพทย์และการสาธารณสุข แต่ในปัจจุบัน การแพร่ระบาดยิ่งทวีคูณมากขึ้นทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันของเราเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น รัฐบาลได้มี การรณรงค์ให้ประชาชนอยู่บ้านมากยิ่งขึ้นเพื่อลดการแพร่เชื้อ เรา จะเห็นแคมเปญต่างๆ ในโซเชียลมีเดียที่ว่า “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” หรือแม้แต่บุคลากรทางการแพทย์ก็ได้เขียนข้อความลงบนกระดาษว่า “หมอ พยาบาล เจ้าหน้าที่ทำงานหนักที่ รพ.เพื่อคุณ ขอให้ คุณอยู่บ้านเพื่อพวกเรา” การระบาดของโควิด-19 ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมหรือ คุณภาพชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ยังส่งผลกระทบต่ออารมณ์และจิตใจอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ที่แบกรับภาระและการเสียสละที่ยิ่งใหญ่เพื่อต่อสู้กับสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ครั้งนี้ เนื่องจากบุคลากรทางการแพทย์มีความเสี่ยงมากกว่าคนทั่วไป เพราะอยู่ในพื้นที่ เสี่ยงและใกล้ชิดกับผู้ป่วยโดยตรง การเสียสละเวลาและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังทำให้แพทย์หรือ พยาบาลบางคนจำเป็นต้องนอนที่โรงพยาบาลเพื่อเฝ้าดูผู้ป่วยอย่างใกล้ชิด บางคนไม่มีเวลาแม้แต่จะ กลับไปหาครอบครัว หรือบางคนก็พักผ่อนไม่ เพียงพอ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเครียด ความวิตกกังวล หรือแม้กระทั่งภาวะหมดกำลังในการทำงานได้

### สรุป

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันนี้เป็นการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเสี่ยงในยุคที่เชื้อโรคครอง เมืองทั่วโลกนี้เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าในเวลานี้เชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นเชื้อที่ยังไม่สามารถควบคุมได้ โดยมนุษยชาติใดๆ ในโลก ซึ่งความเสี่ยงนี้เกิดขึ้นกับทุกประเทศการพิจารณาความตายหรือความเจ็บไข้ อยู่เป็นนิจจะทำให้คนที่พิจารณานั้นเข้าใจในชีวิตและไม่ตื่นตระหนกกับเรื่องที่เกิดขึ้นแต่จะใช้ปัญญาที่มี ในการพิจารณาป้องกัน โดยที่ปัญญาที่เกิดอาจจะใช้ธรรมชาติที่ใกล้ชิดตัวในการป้องกันตัวเองอาทิเช่น การ ใช้ยาสมุนไพรในการรักษาหรือป้องกัน การเสพข้าว หรือการรู้เท่าทันเหตุการณ์เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่คนมี ปัญญาจะพึงเสพหรือพึงรับได้แบบมีสติ ทำให้การแก้ไขปัญหาหรือต่อสู้กับเชื้อไวรัสเป็นไปด้วยอาการ



เท่าทัน ถึงแม้ว่ามนุษยชาติจะยังไม่มีวัคซีนหรือยาที่จะมาทำให้เชื้อ covid-19 นี้ควบคุมได้ หรือหายไปจากโลกของเรานี้ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นที่บอกว่าการพิจารณาอภินิหารปัจเจกบุคคลเป็นสิ่งที่ดี แม้พระพุทธองค์เองในคราวครั้งพุทธกาลก็ใช้สัญญาในการใช้ปัญญานี้ทำให้ไม่ทรมาณกับร่างกายหรือความคิด โดยใช้ปัญญาเป็นตัวนำในการแก้ปัญหา ซึ่งเป็นความชาญฉลาดของพระพุทธศาสนาโดยใช้หลักธรรมด้วยความเข้าใจในการแก้ปัญหา ในยุคปัจจุบันเราสามารถนำการพิจารณาอภินิหารปัจเจกบุคคลมาใช้กับชีวิตได้เป็นอย่างดี และทำให้ชีวิตของเราดำเนินไปด้วยความมีสติ ถึงแม้สถานการณ์ของบ้านเมืองไม่ว่าจะเป็นบ้านเราหรือทั่วโลกก็ตาม การใช้สติในการพิจารณาการใช้ชีวิตทั้งของตนเองหรือในสังคม ณ เวลานี้เป็นไปด้วยความยากลำบาก สิ่งที่เราทำได้คือมีสติให้มากเมื่อมีสติแล้วปัญญาย่อมเกิดเมื่อปัญญาเกิดเราก็สามารถที่จะแก้ไขปัญหา ถึงแม้จะเป็นปัญหาใหญ่หรือเป็นปัญหาที่เข้ามาแบบฉุกฉะทุกหรือแบบฉุกฉินเรามีสติตั้งรับอยู่แล้วทำให้ชีวิตของเราไม่ตื่นตระหนกและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถึงแม้ในบางครั้งจะมีการสูญเสียเกิดขึ้นก็ทำให้เรามีสติคิดในเรื่องนั้นๆ และเข้าใจในธรรมชาติของชีวิตของมนุษย์ทั้งหลายเรื่อง เกิด แก่ เจ็บ ตาย เป็นเรื่องธรรมดา ทำให้ชีวิตของเราไม่เป็นทุกข์กับสิ่งที่เกิดขึ้นมากจนเกินไปและตั้งสติในการดำเนินชีวิตต่อไปข้างหน้าอย่างเรียบร้อยและดีงาม

## เอกสารอ้างอิง

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2539.

พระมหาบุญเลิศ ฐานทินโน. อริยวินัย รวบรวมจากพระไตรปิฎก. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเฟื่องฟ้า พรินต์ติ้งจำกัด. 2547.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). พุทธธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2538

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2543

พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตโต), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [www.snr.ac.th/sakyaputto/patija.htm](http://www.snr.ac.th/sakyaputto/patija.htm), [13 กันยายน 2555]

มจร



วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Loei Buddhist College

วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์

JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW

วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2541 สภามหาวิทยาลัยมีมติในการประชุมครั้งที่ 8/2541 ให้อำนาจคณะผู้บริหารศึกษาเลยเป็น วิทยาลัยสงฆ์ จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายการศึกษาระดับอุดมศึกษาคือ คณะครุศาสตร์ให้ตอบสนอง ความต้องการของผู้ศึกษา ตามเวลา และโอกาสอันสมควรเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในการกระจาย โอกาสทางการศึกษาให้ทั่วถึงแก่ผู้ด้อยโอกาส เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรในท้องถิ่น ได้มีส่วนร่วม ดำเนินการศึกษาระดับบาลีอุดมศึกษาในด้านการบริหารงาน และวิชาการให้เกิดประโยชน์แก่พระภิกษุ สามเณร ในชนบท และสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างที่ พึงประสงค์ และมีประสิทธิภาพ

วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีพันธกิจ ดังนี้ 1. ผลิตบัณฑิต ผลิต และพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ 9 ประการ คือ มีปฏิปทาน่าเลื่อมใส ใฝ่รู้ใฝ่คิด เป็นผู้นำด้านจิตใจและปัญญา มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีศรัทธาอุทิศตนเพื่อพระพุทธศาสนา รู้จักเสียสละเพื่อส่วนรวม รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของสังคม มีโลกทัศน์ กว้างไกล มีศักยภาพที่จะ พัฒนาตนเอง ให้เทียบพร้อมด้วยคุณธรรมและจริยธรรม 2. วิจัยและพัฒนา การวิจัยและค้นคว้า เพื่อ สร้างองค์ความรู้ควบคู่ไปกับกระบวนการเรียนการสอน เน้นการพัฒนาองค์ความรู้ในพระไตรปิฎก โดย วิธีสหวิทยาการแล้วนำองค์ความรู้ที่ค้นพบมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหา ศีลธรรม และจริยธรรมของสังคม รวมทั้งพัฒนา คุณภาพงานวิชาการด้านพระพุทธศาสนา 3. ส่งเสริมพระพุทธศาสนาและบริการวิชาการ แก่สังคมส่งเสริมพระพุทธศาสนาและบริการวิชาการแก่สังคม ตามปณิธานการจัดตั้งมหาวิทยาลัย ด้วย การปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ ให้ประสานสอดคล้อง เอื้อต่อการส่งเสริม สนับสนุนกิจการคณะสงฆ์ สร้าง ความรู้ ความเข้าใจหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา สร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรมแก่ ประชาชน จัดประชุม สัมมนา และฝึกอบรม เพื่อพัฒนาพระสงฆ์และบุคลากรทางศาสนา ให้มีศักยภาพ



ในการดำรงรักษา เผยแพร่หลักคำสอน และเป็นแกนหลักในการพัฒนาจิตใจในวงกว้าง 4. ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมเสริมสร้าง และพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมให้เอื้อต่อ การศึกษา เพื่อสร้างจิตสำนึก และความภาคภูมิใจในความเป็นไทย สนับสนุนให้มีการนำภูมิปัญญา ท้องถิ่น มาเป็นรากฐานของการพัฒนาอย่างมีคุณภาพ

**หลักสูตรปัจจุบันที่ วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้เปิด ดำเนินการเรียนการสอน อยู่ 3 สาขาวิชา คือ**

**หลักสูตรมหาบัณฑิต (ปริญญาโท) มีอยู่ 2 โครงการ คือ**

1. สาขาวิชาพระพุทธศาสนา
2. สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา

**หลักสูตร ปริญญาตรี มีอยู่ 3 สาขาวิชา คือ**

1. สาขาวิชาการสอนภาษาไทย
2. สาขาวิชาพระพุทธศาสนา
3. สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิชาเอกการปกครอง

**หลักสูตรประกาศนียบัตร มีอยู่ 1 โครงการ คือ**

1. โครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรพระพุทธศาสนา (ป.พศ.)

วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ให้ความรู้แก่ นิสิต และบริการ วิชาการชุมชน ในฐานะที่เป็นกองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มจร เลย์ ปริทัศน์ ด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ และพระพุทธศาสนา ได้ตระหนักถึงภารกิจในอันที่จะเป็นแหล่งรวบรวม และเผยแพร่ ความรู้ความคิดในรูปของการเสนอบทความวิชาการ บทความวิจัย และเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งภารกิจที่จะจัดระบบส่งเสริมสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัย รวบรวม เผยแพร่ และแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในผลการศึกษาวิจัยเหล่านั้น ไปสู่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นประชาชนทั่วไปได้กว้างขวาง อันจะยังคุณค่า ต่อการศึกษาอย่างสูง ด้วยเหตุนี้ จึงได้พยายามผลักดันให้มีการจัดทำวารสารวิชาการชื่อ วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW) ด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์และ พระพุทธศาสนา ขึ้นมีกำหนดออกในระยะแรกปีละ 3 ฉบับ ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจาก วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปีละ 100,000. บาท (หนึ่งแสนบาทถ้วน) บทความทุกเรื่อง มีผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขาวิชา เป็นผู้ประเมินบทความ (double blinded peer review) เพื่อให้ บทความ ที่ตีพิมพ์มีคุณภาพ ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล เพื่อนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ และต่อยอด



การพัฒนาในศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป และบทความทุกเรื่องได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายใน และภายนอก วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย ด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ และพระพุทธศาสนา
2. เพื่อส่งเสริมด้านงานวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ ทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ และพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย 1) รัฐศาสตร์ 2) พระพุทธศาสนา 3) บริหารการศึกษา 4) ครุศาสตร์ 5) ศิลปศาสตร์ 6) รัฐประศาสนศาสตร์ 7) ศึกษาศาสตร์

วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW)

กำหนดการเผยแพร่ 3 ฉบับ ต่อปี

ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน)

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม- สิงหาคม)

ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)

ดร.จารุกิตติ์ พิริยสุวัฒน์

บรรณาธิการบริหาร

วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์ (JOURNAL OF MCU LOEI REVIEW)

มจร

