

សង្ស័យ

สารบัญ

หน้า

■	แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล	
	นิภาพรรณ เจนสันติกุล.....	1
■	การสังเคราะห์ภรรยา : มงคลชีวิตตามแนวพุทธศาสตร์	
	ศักดิพงษ์ โสภางร,ถาวร วรบุตร.....	11
■	จินตนาการใหม่กับการพัฒนาภาวะผู้นำในยุคโลกเปลี่ยน	
	จีระยุทธ พุทธรักษาพิทักษ์.....	22
■	การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	
	กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์	
	นริสรา ขำยิ่งเกิด,กานติมา สร้อยสัตย์.....	34
■	การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	
	ของตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์	
	กานติมา สร้อยสัตย์,กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย.....	44
■	การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์	
	ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์	
	กนกวรรณ อินรอด,กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย.....	53
■	การพัฒนาจริยธรรมของผู้นำตามหลักสัปตปริสธรรม	
	พระมหานรินทร์ สุรปถโยธ ตรี.....	63
	ภาคผนวก.....	77

แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล
Labor Platforms in the Digital Economy

นิภาพรรณ เจนสันติกุล

Nipapan Jensantikul

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Humanities and Social Science, Khon Kaen University

Author for Correspondence: Email: nipajen@kku.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทบทวนแนวคิด เกี่ยวกับรูปแบบการทำงานแรงงานแพลตฟอร์มและวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียของการทำงานเพื่ออธิบายปรากฏการณ์แรงงานที่เกิดขึ้น ผลการวิเคราะห์ พบว่า รูปแบบของการทำงาน จำแนกเป็นงานรับเป็นครั้งหรืองานตามความต้องการ งานที่ทำได้ทุกที่ งานที่เป็นบางเวลา งานว่าจ้างหลายฝ่ายและงานจ้างตนเอง โดยมีข้อดี คือ 1) สามารถดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 2) รายได้ผันแปรตามปริมาณงาน 3) เป็นการสร้างทางเลือกในการทำงานมีความยืดหยุ่นเรื่องระยะเวลาในการทำงาน ส่วนข้อเสีย คือ 1) ความไม่มั่นคงจากรายได้ที่ไม่แน่นอนและการไม่ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน 2) ความเสี่ยงอันเกิดจากการถูกแย่งงานจากคนอื่นที่มีฝีมือหรือทักษะแบบเดียวกันและความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ

คำสำคัญ: แรงงาน, แพลตฟอร์ม, เศรษฐกิจดิจิทัล

Received: 14/01/64, Revised:21/05/64, Accepted:24/05/64

Abstract

This academic article aimed to review concept about the pattern of work of labor platforms and analyze the advantages and disadvantage to explain labor phenomenon. The analysis results showed that the pattern of work was classified gig worker, on-demand work, crowd work, work-on-demand via app, part-time, multi-party employment and self-employed. These jobs have the advantages: 1) being performed via online platforms, 2) variable income according to workload, 3) creating options to work, flexibility in length of time, and disadvantages are 1) insecurity from uncertain income and basic rights ineligibility 2) risk of being hired by others of the same skill and accident risk.

Keywords: Labor, Platforms, Digital Economy

1. บทนำ

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีได้นำการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมาสู่องค์กร การทำงาน การจ้างงาน ความสัมพันธ์และแรงงานสัมพันธ์ได้รับผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ การสร้างตลาดแรงงานที่เป็นสื่อกลางแบบดิจิทัลหรือแพลตฟอร์มแรงงานด้วยการใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมต่อแรงงานกับผู้บริโภค ด้วยรูปแบบธุรกิจที่หลากหลายของแพลตฟอร์มนำมาสู่ความท้าทายในการพัฒนารูปแบบ การปรับตัวและความคิดสร้างสรรค์ (Johnston & Land-Kazlauskas, 2019; Dazzi, 2019)

ในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจแพลตฟอร์มหรือธุรกิจหรือกิจกรรมทางธุรกิจและสังคมที่เกิดขึ้นผ่านแพลตฟอร์มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในรูปแบบธุรกิจใหม่เช่น แอร์-บีเอ็นบี (AirBNB) และอูเบอร์ (Uber) กลายเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงซึ่งขอบเขตการดำเนินงานของธุรกิจได้กระจายตัว สำหรับประเทศไทย ธุรกิจแบบแพลตฟอร์มขยายตัวอย่างรวดเร็วและเข้ามามีบทบาทสร้างความเปลี่ยนแปลงชีวิตคนในสังคมไทย เช่น การจ้างรถรับจ้างผ่านแอปพลิเคชันแกร็บ (Grab) การฝากซื้ออาหารและสินค้าอื่น ผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมน (Line Man) การจ้างงานแม่บ้านหรืองานจ้างอิสระผ่านแอปพลิเคชันอื่น เป็นต้น

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นผ่านเศรษฐกิจแพลตฟอร์มช่วยให้ผู้คนจำนวนมากเข้าถึงการเป็นผู้ให้บริการในหลายรูปแบบ เช่น การเข้าให้บริการขนส่ง การให้บริการฝากซื้อสินค้า และการให้บริการที่พัก และการใช้เทคโนโลยียังช่วยลดต้นทุนของกิจกรรม อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจแบบแพลตฟอร์มก็นำมาซึ่งความเสี่ยงและต้นทุนต่อคนกลุ่มต่าง ๆ เช่น ปฏิสัมพันธ์ใหม่ที่ถูกกำหนดด้วยเทคโนโลยีนั้นเกิดบนฐานความสัมพันธ์ที่ยังขาดความแน่นอน การซื้อขายหรือจ้างงานผ่านแพลตฟอร์มมักไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวคอยกำกับ โดยเฉพาะกลไกที่ช่วยปกป้องสิทธิแรงงานอย่างชัดเจน และที่สำคัญประโยชน์จากการเข้าถึงโอกาสและประโยชน์จากการขยายตัวของเศรษฐกิจแบบแพลตฟอร์มไม่ได้กระจายไปอย่างทั่วถึงทุกกลุ่มคน (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2562)

อย่างไรก็ตามแม้เทคโนโลยีจะมีความก้าวหน้าแต่แรงงานผู้ให้บริการกับแพลตฟอร์มกลับไม่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายแรงงาน ไม่มีหลักประกันสังคมตามมาตรา 33 (ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ ตายหรือ คลอดบุตร สงเคราะห์บุตรและชราภาพ การว่างงาน) ขาดการดูแลจากกองทุนทดแทน (ความเจ็บป่วยและอันตรายที่เกิดจากการปฏิบัติงาน) สิทธิประโยชน์วันลา วันหยุดโดยได้รับค่าจ้าง การชดเชยการเลิกจ้าง การดูแลสภาพการทำงาน เสรีภาพในการสมาคมและการคุ้มครองสิทธิในการรวมตัวกัน และสิทธิในการรวมตัวกันและการเจรจาต่อรองร่วม (สรารุช ไพฑูรย์พงษ์, 2563) เนื่องจากมิได้มีสถานะเป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์ม แต่เป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ หรือหุ่นส่วนอย่างไม่เป็นทางการของแพลตฟอร์มหรือในทางกฎหมายหมายถึง ผู้รับจ้างทำของซึ่งจะไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงาน แต่อยู่ภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และได้รับค่าตอบแทนตามชิ้นงาน ในขณะที่ลูกจ้างที่เป็นแรงงานในระบบจะอยู่ภายใต้ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ.2518 และพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 (สรารุช ไพฑูรย์พงษ์, 2563)

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

จากความเป็นมาข้างต้นเป็นที่มาของบทความวิชาการเรื่องแรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทบทวนแนวคิด เกี่ยวกับรูปแบบของการทำงานและคุณลักษณะของแรงงานแพลตฟอร์มในการอธิบายปรากฏการณ์แรงงานที่ส่งผลให้สถานการณ์แรงงานและรูปแบบการจ้างงานมีการเปลี่ยนแปลงไป

2. วิธีการศึกษา

บทความวิชาการนี้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ แหล่งข้อมูลออนไลน์ โดยการใช้การสืบค้นคำสำคัญ คือ แรงงานแพลตฟอร์ม เศรษฐกิจดิจิทัล และทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจำแนกประเภทข้อมูลเพื่อวิเคราะห์รูปแบบการทำงาน คุณลักษณะของแรงงานแพลตฟอร์มและข้อดี ข้อเสีย

3. สถานการณ์แรงงาน

ด้วยเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานทำให้เกิดรูปแบบการทำงานใหม่จากผลของการพัฒนา ด้านเทคโนโลยีและระบบอินเทอร์เน็ตเรียกว่า Gig Economy ซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจที่ประกอบด้วยงาน ครั้งคราว หรืองานที่รับจ้างเป็นครั้ง ๆ ไป เช่น freelance part time temporary outsource คนรับจ้างผ่าน แพลตฟอร์ม เช่น Uber Airbnb ซึ่งไม่ใช่งานประจำ โดยระบบเศรษฐกิจดังกล่าวเป็นที่สนใจของกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดตั้งแต่ ค.ศ. 1977-1992 (พ.ศ. 2520-2535) ปัจจุบันอายุ ประมาณ 21-36 ปี ในกลุ่มนี้เติบโต เรียนรู้ และใช้ชีวิตอยู่ในยุคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง และมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการสื่อสารโทรคมนาคมที่คล่องตัว การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ ตลอดเวลา การเดินทางที่รวดเร็วด้วยพาหนะที่ทันสมัย ความสะดวกในชีวิตประจำวันจากเครื่องมืออุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ กล้องดิจิทัล PDA อินเทอร์เน็ต ฯลฯ (กานต์ พิซชา เก่งการช่าง, 2556) และ Gen Z เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดตั้งแต่ ค.ศ. 1994-2004 ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นเอกซ์ ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นพวกพึ่งพาตนเองมากกว่าและเน้น ความเป็นที่น้อยกว่าเจนเนอเรชั่นวาย การถือกำเนิดขึ้นในโลกยุคดิจิทัลทำให้เจนเนอเรชั่นแซดต้องปรับตัวให้ เข้ากับเทคโนโลยีมากกว่าเจนเนอเรชั่นอื่น (ภรณ์ยา ฆารสินธุ์, 2560) เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ ที่ ต้องการมีอิสระทั้งในการตัดสินใจเรื่องงานและการบริหารเวลาในชีวิต ซึ่ง Gig Economy สามารถตอบสนอง ความต้องการคนในยุคปัจจุบันที่ไม่สนใจงานประจำและมาเป็น Gig worker คือ การจ้างงานแบบจบเป็นครั้ง เช่น วินขับมอเตอร์ไซด์ คนขับ Grab คนขับ Uber เป็นต้น การทำงานของ Gig worker มีอิสระโดยตอนเข้ารับ งานฟรีแลนซ์ ตอนบ่ายออกไปเป็นคนขับ Grab ตอนเย็นรับจ้างสอนพิเศษ พร้อมกันนี้ปล่อยห้องว่างให้ นักท่องเที่ยวเช่าผ่าน Airbnb ไปด้วย ซึ่งเป็นตัวอย่างชีวิตที่ออกแบบได้ของ Gig worker ซึ่งตรงกับไลฟ์สไตล์ ของกลุ่มคนในยุคปัจจุบัน และยังมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ในขณะเดียวกัน Gig worker อาจเกิดความ ไม่มั่นคงในการทำงาน เนื่องจากรายได้ที่ไม่แน่นอน รวมทั้งไม่ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน เนื่องจาก Gig worker ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์เหมือนแรงงานทั่วไป เช่น วันลา ประกันสุขภาพ และค่าจ้างขั้นต่ำและยังเสี่ยงถูกแย่ง งานจากคนอื่นที่มีฝีมือหรือทักษะแบบเดียวกัน ดังนั้นไม่อาจจะเป็นมนุษย์เงินเดือน หรือฟรีแลนซ์ หรือ Gig

worker สิ่งสำคัญคือ แรงงานต้องพัฒนาทักษะของตนเองให้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้รอบด้าน เพราะไม่ว่าในอนาคตจะเปลี่ยนไปทำงานในรูปแบบใด แรงงานจะสามารถอยู่รอดได้และมีความพร้อมที่จะเผชิญกับความไม่แน่นอน (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน, 2561)

4. เศรษฐกิจดิจิทัล

คำว่า Digital Economy บัญญัติขึ้นใน ค.ศ. 1995 โดย Don Tapscott ในหนังสือชื่อ “The Digital Economy : Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence” หนังสือเล่มนี้ระบุว่า อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิถีของการค้าขายบนโลกอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน Digital Economy หรือ “เศรษฐกิจดิจิทัล” หมายถึง เศรษฐกิจที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศหรืออินเทอร์เน็ตมาสร้างอาชีพหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมไปพัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้การทำให้เศรษฐกิจดิจิทัลเกิดขึ้นและขับเคลื่อนไปได้จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที กฎ กติกา และกฎหมายการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการปรับตัวและปรับทัศนคติของประชาชนให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งระบบเศรษฐกิจดิจิทัลมีความสำคัญและส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมในหลายด้าน ตัวอย่างเช่น 1) ลดต้นทุนในการประกอบการทั้งด้านการผลิตและการขาย ด้วยการติดต่อสื่อสาร การส่งข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือระบบแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 2) นำข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ จากอินเทอร์เน็ตมาช่วยต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันท่วงที 3) ลดต้นทุนในการดำเนินการขายสินค้า เนื่องจากการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมีร้านค้า ไม่ต้องสต็อกสินค้า ผู้ซื้อก็มีความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้า 4) ขยายและสร้างการจ้างงานในลักษณะใหม่ที่เป็นผลจากการเกิดสินค้า ตลาดและรูปแบบการขายใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย 5) ก่อให้เกิดการลงทุนธุรกิจข้ามแดนมากยิ่งขึ้น เช่น การจองโรงแรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวในต่างประเทศ การลงทุนซื้อหุ้น และค้าขายเงินตราต่างประเทศ 6) สนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนโดยผ่านการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-Learning) (ปิยวรรณ ปนิทานเต, 2559) ดังนั้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยการนำเอาไอทีหรือเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เป็นไปเพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต สามารถติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง เช่น 3G 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่า PC มาก ทำให้เกิดการใช้งานในวงกว้าง แม้กระทั่งในคนที่ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ในทุกสาขา

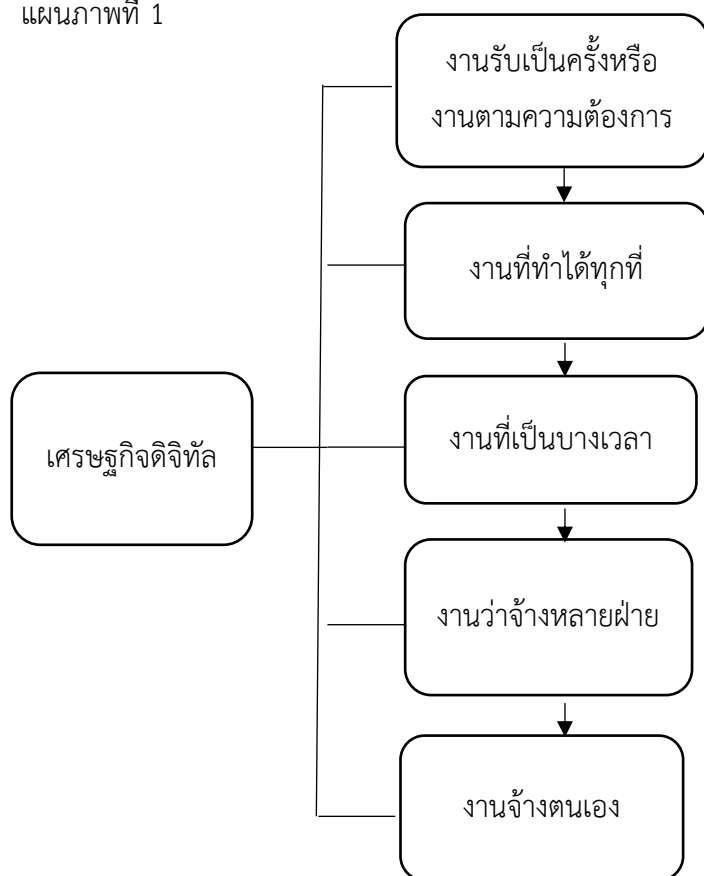
5. รูปแบบของการทำงานและคุณลักษณะของแรงงานแพลตฟอร์ม

นักวิชาการต่างอธิบายถึงรูปแบบของการทำงานและคุณลักษณะของแรงงานแพลตฟอร์ม ไว้ดังนี้ อรรถณัฐ วันทนะสมบัติ (2563 อ้างถึงใน แนวหน้า, 2563) กล่าวว่า แรงงานแพลตฟอร์ม เป็นแรงงานที่รับงานและคำตอบแทนผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันรถรับ-ส่งสินค้าหรือผู้โดยสารที่ให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือในต่างประเทศ ซึ่งในแง่ของการจ้างงานของแพลตฟอร์มแรงงาน จำแนกเป็น งานรับเป็นครั้งหรืองานตามความต้องการ งานที่ทำได้ทุกที่เป็นการจ้างเหมางานโดยไม่ระบุตัวตนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

(Gerber, 2021) งานตามที่เรียกโดยแอปพลิเคชันเป็นการจ้างงานที่แรงงานและลูกค้าจับคู่ออนไลน์ตามอุปสงค์และอุปทาน (Stefano, 2016) งานที่เป็นบางเวลา งานว่าจ้างหลายฝ่าย และงานจ้างตนเอง (กฤษฎาธีระโกศลพงศ์, 2563; สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2562) คุณลักษณะของงานรับทำเป็นครั้งมีผลให้แรงงานมีสถานะเป็นผู้รับจ้างอิสระ โดยพิจารณาปัจจัย 4 ประการ คือ 1) งานที่ว่าจ้างเป็นรายชิ้นและมีสัญญาว่าจ้างการทำงานระยะสั้น 2) งานทั่วไปที่ทำโดยปัจเจกบุคคล 3) งานที่แสวงหากำไรโดยจัดเตรียมแพลตฟอร์มให้ผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างมาพบกันได้ 4) ถูกกำหนดให้เป็นผู้รับจ้างอิสระ (กฤษฎาธีระโกศลพงศ์, 2562) ในขณะที่ อภิษฎา ฉกาจธรรม และปาจรีย์ รอดพ่าย (2563) ได้จำแนกงานรับทำเป็นครั้งไว้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความพร้อมในการทำงานแบบดิจิทัล (Digital Natives) กลุ่มนี้ทำงานในแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้คล่อง และไม่มีปัญหากับการทำงานที่บ้าน กลุ่มที่เน้นใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารหรือรับคำสั่งจากภายนอก (Physical Natives) การจ้างเหมาบริการจากภายนอก เช่น การขนของ การติดต่อทำความสะอาด และกลุ่มที่สามารถเคลื่อนย้ายไปมาได้ระหว่างสองกลุ่ม (Migrants) เป็นกลุ่มที่สามารถเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างกลุ่มที่มีความพร้อมในการทำงานแบบดิจิทัลกับกลุ่มที่เน้นใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารหรือรับคำสั่งจากภายนอก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทักษะของบุคคลและจำเป็นต้องพัฒนาทักษะเพิ่มขึ้นเพื่อย้ายกลุ่ม (Re-Skill/Up-Skill) ในขณะที่คุณลักษณะของงานฟรีแลนซ์เป็นการทำงานจากระยะไกลหรือทำงานบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ที่ทำงานกับผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องเจอหน้ากัน แต่เน้นส่ง-รับงานออนไลน์สรุปผังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 รูปแบบการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์ม

จากการศึกษารูปแบบของการทำงานและคุณลักษณะของแรงงานแพลตฟอร์ม สามารถวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

ข้อดี ประกอบด้วย

1. สามารถดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ติดต่อกันโดยไม่มีกำหนดจำนวนองค์กรธุรกิจและบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยกลุ่มแรงงานใหม่มารวมตัวกันโดยอาศัยแพลตฟอร์มเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้ผู้ใช้งานสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (กฤษฎา ชีระโกศลพงศ์, 2563)

2. รายได้ผันแปรตามปริมาณงาน สอดคล้องกับ กุลลินี มุทชากลิน และนรชิต จิรส์ธรรม (2563) ที่ระบุว่า รายได้จากการทำงานในแพลตฟอร์มไม่ได้เป็นรายได้หลัก แต่เป็นรายได้เสริมของแรงงาน ในฐานะที่เป็นรายได้ที่ช่วยชดเชยรายได้หลักที่ลดลง เนื่องจากงานในแพลตฟอร์มมีลักษณะพิเศษ คือเข้าออกได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้แรงงานสามารถหารายได้เพิ่มเติมเมื่อพบว่ารายได้จากงานหลักที่ทำอยู่ลดลงหรือไม่เพียงพอ ทั้งนี้รายได้จากการทำงานของแรงงานในแพลตฟอร์มถูกใช้เป็นรายได้ที่ชดเชยรายได้หลักที่ลดลง ในขณะที่รายได้จากการให้เช่าสินทรัพย์เป็นรายได้เสริมให้กับรายได้หลัก

3. เป็นการสร้างทางเลือกในการทำงานมีความยืดหยุ่นเรื่องระยะเวลาในการทำงานขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้รับจ้าง สอดคล้องกับข้อมูลของอเด็คโก้ ประเทศไทย และศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ระบุว่า ปี 2559-2560 ผู้สมัครงานต่างให้ความสนใจงานรูปแบบสัญญาจ้างระยะสั้น (Gig Worker, งานรับทำเป็นครั้ง, แรงงานชั่วคราว) จำนวนมากถึง 53% ทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่ากว่า 30% มีความสนใจการทำงานระยะสั้นเพิ่มขึ้น เพราะนอกจากไม่ต้องทำงานทุกวัน ยังมีอิสระในการทำงานควบคู่ไปกับใช้ชีวิตตามไลฟ์สไตล์ของแต่ละคนโดยรูปแบบการทำงานของงานรับทำเป็นครั้ง คือ สามารถทำงานเพียง 2-3 วันต่อสัปดาห์ หรืออาจทำงานที่บ้านผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (BLT, 2561)

ข้อเสีย ประกอบด้วย

1. ความไม่มั่นคงจากรายได้ที่ไม่แน่นอน และการไม่ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน สิทธิประโยชน์เหมือนแรงงานทั่วไป เช่น วันลา ประกันสุขภาพ และค่าจ้างขั้นต่ำ สอดคล้องกับ ชนัญญา ไกรศรีกุล (2563) ที่กล่าวถึงมุมมองของทศพล ทรรคนกุลพันธ์ ที่ระบุว่าปัญหาของคนทำงานออนไลน์มีอยู่ 4 ประการ คือ เป็นการจ้างงานที่ไม่มั่นคง ได้รับค่าตอบแทนไม่แน่นอน ไม่มีพื้นฐานค่าแรงขั้นต่ำรองรับ แรงงานต้องรับผิดชอบความเสียหายจากการทำงาน เพราะเป็นสัญญาจ้างทำของ และไม่มีหลักประกันสิทธิประกันสังคม ซึ่งสิทธิประกันสังคมจำแนกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 มาตรา 33 คือ ผู้ที่ทำงานในสถานประกอบการและมีนายจ้าง อายุ 15-60 ปี กลุ่มที่ 2 มาตรา 39 คือ ผู้ที่เคยอยู่ในมาตรา 33 มาก่อนและมีความประสงค์จะอยู่ในระบบประกันสังคมต่อ ซึ่งอาจจะมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปก็ได้ และจะต้องจ่ายสมทบได้รับสิทธิ 6 กรณี ยกเว้นการว่างงาน กลุ่มที่ 3 มาตรา 40 คือ จ่ายสมทบ 70 บาทต่อเดือน รัฐบาลร่วมสมทบ 30 บาทต่อเดือน ได้รับสิทธิประโยชน์ 3 กรณี คือ เงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเจ็บป่วย ทุพพลภาพ เงินค่าทำศพ จ่ายสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลร่วมสมทบ 50 บาทต่อเดือน จะได้สิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นอีก 1 กรณี คือ บำเหน็จชราภาพ และจ่ายสมทบ 300 บาท

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ต่อเดือนรัฐบาลร่วมสมทบ 150 บาทต่อเดือน ได้สิทธิคุ้มครอง 5 กรณี จะได้สิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นอีก 1 กรณี คือ เงินสงเคราะห์บุตรรวมเป็น 5 กรณี กลุ่มนี้จะใช้สิทธิการรักษาพยาบาลในระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (พงศธร พอกเพิ่มดี และชนิษฐา ภูสีมุงคุณ, 2563)

2. ความเสี่ยงอันเกิดจากการถูกแย่งงานจากคนอื่นที่มีฝีมือหรือทักษะแบบเดียวกันและความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ เช่น คนงานส่งอาหารเผชิญความเสี่ยงจากระบบตลาดเนื่องจากการได้ค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น หรือความเคร่งเครียดในการส่งอาหารเร็วเพื่อให้ได้จำนวนรอบ หรืออาจเกิดอุบัติเหตุระหว่างทำงาน (ชนนิตา ไกรศรีกุล, 2563)

สรุปได้ว่าแรงงานแพลตฟอร์ม เป็นการทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างผู้รับบริการและแรงงาน เน้นความยืดหยุ่นตามตลาดแรงงาน ส่งผลให้เกิดช่องว่างของการเข้าถึงระบบการคุ้มครองทางสังคมและยังเผชิญความเสี่ยงแตกต่างจากลักษณะงานในรูปแบบดั้งเดิม เพราะเกิดพื้นที่สีเทาระหว่างสถานะของแรงงานหรือผู้ประกอบการ รวมทั้งพลวัตของตลาดแรงงานที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการจัดเตรียมระบบการคุ้มครองทางสังคม และไม่มีการพิจารณาแก้ไขกฎหมายย่อมมีผลกระทบต่อการคุ้มครองแรงงานและการจัดสวัสดิการรองรับแรงงานแพลตฟอร์ม (กฤษฎา ธีระโกศลพงศ์, 2562)

6. บทสรุป

ระบบเศรษฐกิจในประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้าง แรงงาน และทรัพยากรผ่านระบบดิจิทัลที่เข้ามาสร้างความเชื่อมโยงออนไลน์เพื่อลดต้นทุนทางธุรกรรม โดยเศรษฐกิจแพลตฟอร์มได้ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ในการจ้างงานจากแบบเดิมที่นายจ้าง ลูกจ้างมีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิด ลักษณะงานมีความมั่นคงและกำหนดรูปแบบการปฏิบัติงานชัดเจน ไปสู่ความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่นายจ้าง ลูกจ้างปฏิสัมพันธ์กันเพียงผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มอันเป็นความสัมพันธ์ที่มีความไม่แน่นอน และปราศจากกฎเกณฑ์กำกับจากภาครัฐ นอกจากนี้การนิยามและการกำหนดสถานะของแรงงานในลักษณะนี้ยังมีการนิยามแตกต่างกันไปและไม่ชัดเจน ส่งผลกระทบต่อการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของแรงงาน อย่างไรก็ตามสำหรับงานวิจัยและงานวิชาการในประเทศไทยที่มีการอธิบายถึงการคุ้มครองแรงงาน แรงงานแพลตฟอร์ม และเศรษฐกิจดิจิทัลยังมีจำนวนน้อยและผู้เขียนมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานต่อไป โดยพิจารณาปรับปรุงแก้ไขการระบุสถานะแรงงานและสิทธิประโยชน์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจดิจิทัลและรูปแบบการจ้างงานที่เปลี่ยนไป

บรรณานุกรม

กฤษฎา ธีระโกศลพงศ์. (2562). รายงานการศึกษา กรณีศึกษาการทำงานของเยาวชนโดยแอปพลิเคชันเรียกรถและบริการส่งอาหาร : ข้อเสนอเพื่อทบทวนนโยบายแรงงานและภารกิจของกระทรวงแรงงาน, รายงานการวิจัยรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิต (สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ), คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหิดล.

- กฤษฎา ธีระโกศลพงศ์. (2563). “การบริหารแรงงาน: Gig Economy ตามทัศนคติแรงงาน”. **วารสารธรรมศาสตร์**, ปีที่ 39 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-เมษายน 2563 : หน้า 131-158.
- กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน. (2561). **การเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล**. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- กานต์พิชชา เก่งการช่าง. (2556). “เงินเนอเรชั่นวัยกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล”. **วารสารสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์**, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน 2556 : หน้า 15-27.
- กุลลินี มุทธาภิน และนรชิต จิรสิทธิ์ธรรม. (2563). **แรงงานในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/896701>
- ชนธิตา ไกรศรีกุล. (2563). **รู้จักแรงงานดิจิทัล: ฟรีแลนซ์และกรรมกรแพลตฟอร์ม งานออฟไลน์สู่ออนไลน์ ความอิสระที่ไม่อิสระ**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://decode.plus/20200805/>
- แนวหน้า. (2563). **โควิด-เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม ปัจจัยทำอนาคตแรงงานเคว้ง**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://www.naewna.com/likesara/527410>
- ปิยวรรณ ปณิตานเต. (2559). “มาช่วยกันขับเคลื่อน เศรษฐกิจดิจิทัล กันเถอะ”. **วารสารเทคโนโลยีวัสดุ (MTEC)**, ฉบับที่ 81 ประจำเดือนเมษายน - มิถุนายน 2559 : หน้า 61-71.
- พงศธร พอกเพิ่มดี และชนิษฐา ภูสีมุงคุณ. (2563). “การเปรียบเทียบการบริหารจัดการและสิทธิประโยชน์ทางการแพทย์ระหว่างระบบประกันสังคมกับระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า พ.ศ. 2563”. **วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข**, ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-มีนาคม 2563 : หน้า 26-42.
- ภรณ์ยา ฆารสินธุ์. (2560). **การจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่ม Gen-Y และ กลุ่ม Gen-Z โดยใช้ความต้องการส่วนประสมการค้าปลีกธุรกิจร้านอีฟแอนบอย ในเขตกรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.**
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2562). **การลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรม: นัยของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีกับความเหลื่อมล้ำ-บทเรียนจากเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม**, รายงานการวิจัย, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง : สถาบันพระปกเกล้า.
- สรารุช ไพฑูรย์พงษ์. (2563). **เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม กับมาตรฐานแรงงาน**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://tdri.or.th/2020/09/social-security-for-digital-platform-workers/>
- อภิษฎา ณาจธรรม และปาจรีย์ รอดพ่าย. (2563). **ทางรอด Gig Worker ไทย : ความท้าทายใหม่ของแรงงานนอกระบบภายใต้วิถีชีวิต New Normal**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://brandinside.asia/gig-worker-gig-economy-covid-19/>
- BLT. (2561). **ความสุขของคนไทยกับการทำงาน**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/4317/>

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

Dazzi, D. (2019). “GIG Economy in Europe”. **Italian Labour Law e-Journal**, Vol. 2 No. 2 July-December 2019 : p. 67-122.

Gerber, C. (2021). “Community Building on Crowdwork Platforms :
Autonomy and Control of Online Workers?”. **Competition & Change**, Vol. 25 No. 2
April 2021 : p. 190-211.

Johnston, H. & Land-Kazlauskas, C. (2019). **Organizing On-Demand: Representation, Voice,
and Collective Bargaining in the Gig Economy**. Conditions of Work and Employment
Series No. 94. Geneva : International Labour Organization.

Stefano, V. D. (2016). **The Rise of the “Just-in-Time Workforce” : On-Demand Work,
Crowd Work and Labour Protection in the “Gig-Economy”**. Conditions of Work
and Employment Series No. 71. Geneva : International Labour Organization.

การสงเคราะห์ภรรยา : มงคลชีวิตตามแนวพุทธศาสตร์

Cherishing of wife : Auspicious life according to The Buddhist Concept

ศักดิ์พงษ์ โสภจร

Sakdipong Sopajorn

ถาวร วรบุตร

Thaworn Worabuttara

วาริณี โสภจร

Warinee Sopajorn

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

Mahamakut Buddhist University Isan Campus

Author for Correspondence: Email : Sakdipong2351@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสงเคราะห์ภรรยาตามแนวพุทธศาสตร์ และมงคลชีวิต สำหรับหลักการเลี้ยงดูการสงเคราะห์ภรรยาตามหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าที่มีการบัญญัติไว้ใน มงคล 38 ทรงแนะนำสั่งสอนแนวทางปฏิบัติต่อการดำเนินชีวิต อันเป็นแนวทางเพื่อความสุขและความ เจริญก้าวหน้าของชีวิตแก่ผู้ที่สามารถปฏิบัติอย่างสมบูรณ์

“ทาสงคโห อ่านว่า ทาระสังคะโห” หมายถึง เมื่อชายหญิงได้อยู่ร่วมกันเป็นสามีภรรยาแล้ว สามี จะต้องทำหน้าที่เลี้ยงดูภรรยา และตัวภรรยาเองจะต้องทำตัวให้เหมาะสมต่อการเลี้ยงดูด้วยเช่นกัน และหลักการ เลี้ยงดูภรรยา เช่น การให้เกียรติซึ่งกันและกัน ยกย่อง ไม่ดูหมิ่น ไม่นอกใจ การสงเคราะห์ภรรยาจึงมีกุสโลบาย อย่างแยบคายที่พระพุทธเจ้าทรงบัญญัติไว้ เพื่อให้พุทธศาสนิกชนได้น้อมนำมาปฏิบัติตาม จะก่อให้เกิดความ สมดุลแก่ระบบโครงสร้าง และหน้าที่ของสมาชิกในสังคม

คำสำคัญ: การสงเคราะห์ภรรยา, ตามแนวพุทธศาสตร์

Received: 24/03/64 Revised:24/05/64 Accepted:02/06/64

Abstract

The purpose of this study was to study about cherishing of wife according to the Buddhist concept and Auspicious life that the Lord Buddha who prescribed in the auspicious 38 things or 38 Mangala Sutta and taught the way of treating life for bring one happiness, prosperity, and auspice in life.

Tarasangaho means man and woman got married, promised to live together, and took care of each other or shorten call spouse. The obligations and responsibilities of husband must support and raise his wife. On the other hand, his wife must be neat to be easy to follow her husband also. The principle of raising a wife was mutual respect, praised, not disrespectful, and not cheating. All of these were the ingenious strategy of the Lord Buddha for teaching his Buddhist. If Buddhists have embraced, it will create a balance for the structural system and member's responsibility in society.

Keywords; Cherishing of wife, According to the Buddhist concept

บทนำ

พระไตรปิฎกและอรรถกถา เล่มที่ 41 ในขุททกนิกาย คาถาธรรมบท ปุพพวรรคที่ 4 เรื่อง นางวิสาขา ส่วนหนึ่งของเรื่อง ได้กล่าวถึง หลักการครองเรือนนางวิสาขา ของ ธนัญชัยเศรษฐี ธนัญชัยเศรษฐีได้ให้โอวาทแก่นางวิสาขา ในการไปอยู่ในสกุลพ่อสามีแม่สามีหลังแต่งงาน 10 ข้อ คือ

ไม่ควรนำไฟภายในออกไปภายนอก

ไม่ควรนำไฟภายนอกเข้าไปภายใน

ฟังให้แก่คนที่ให้เท่านั้น

ไม่ฟังให้แก่คนที่ไม่ให้

ฟังให้แก่คนทั้งที่ให้ทั้งที่ไม่ให้

ฟังนั่งให้เป็นสุข

ฟังบริโภคนให้เป็นสุข

ฟังนอนให้เป็นสุข

ฟังบำเรอไฟ

ฟังนอบน้อมเทวดาภายใน

เรื่องราวข้างต้น เป็นเนื้อหาคำสอนของการประพาสิตนที่ตีของหญิงที่ต้องกระทำเมื่อต้องแต่งงานเข้าสู่บ้านของสามี และมีข้อปฏิบัติตนที่ดีต่อพ่อแม่ของสามี ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

โอวาทข้อที่ 1 อนโต อคฺคิ พหิ น นีหริตฺตพฺโพ ไฟในอย่านำออก หมายความว่า อย่างนำความไม่ดีของพ่อแม่แม่และสามีออกไปพูดให้คนภายนอกฟัง

โอวาทข้อที่ 2 พหิ อคฺคิ อนโต น นีหริตฺตพฺโตะ ไฟนอกอย่านำเข้า หมายความว่า เมื่อคนภายนอกตำหนิพ่อแม่แม่และสามีอย่างไร อย่างนำมาพูดให้คนในบ้านฟัง

โอวาทข้อที่ 3 ททนต์สฺเสว ทาทพฺพํ ควรให้แก่คนที่ให้เท่านั้น หมายความว่า ควรให้แก่คนที่เยี่ยมของไปแล้วแล้วนำมาส่งคืน

โอวาทข้อที่ 4 อททนต์ส น ทาทพฺพํ ไม่ควรให้แก่คนที่ไม่ให้ หมายความว่า ไม่ควรให้แก่คนที่เยี่ยมของไปแล้ว แล้วไม่นำมาส่งคืน

โอวาทข้อที่ 5 ททนต์สฺสาปิ อททนต์สฺสาปิ ทาทพฺพํ ควรให้ทั้งแก่คนที่ให้และไม่ให้ หมายความว่า เมื่อมีญาติมิตรผู้ยากจนมาขอความช่วยเหลือฟังพาอาศัย เมื่อให้ไปแล้วจะให้คืนหรือไม่ให้คืน ก็ควรให้

โอวาทข้อที่ 6 สุขํ นิสฺสิตฺตพฺพํ ฟังนั่งให้เป็นสุข หมายความว่า ไม่นั่งในที่กีดขวางพ่อแม่ แม่และสามี

โอวาทข้อที่ 7 สุขํ ภูถฺชิตฺตพฺพํ ฟังนอนให้เป็นสุข หมายความว่า ไม่ควรนอนก่อนพ่อแม่แม่และสามี

โอวาทข้อที่ 8 สุขํ นิปชฺชิตฺตพฺพํ ฟังบริโภคนให้เป็นสุข หมายความว่า ควรจัดให้พ่อแม่ แม่และสามี บริโภคแล้ว ตนจึงบริโภคภายหลัง

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

โอวาทข้อที่ 9 ออคิ ปริจจริตพโพ พิงบำเรอไฟ หมายความว่า ให้มีความสำนึกอยู่เสมอว่า พ่อผู้ แม่ผู้ และสามีเป็นเหมือนกองไฟ และพญานาคที่จะต้องบำรุงดูแล

โอวาทข้อที่ 10 อนโตะ เทวดา นมสสิตพพา พิงนอบน้อมเทวดาภายใน หมายความว่า ให้มีความสำนึกอยู่เสมอว่า พ่อผู้ แม่ผู้ และสามีเป็นเหมือนเทวดาที่จะต้องให้ความนอบน้อม (พรรษาศิริ, 2559)

จากการอธิบายผู้เขียนมีความสนใจการสังเคราะห์ภรรยาตามแนวพุทธศาสตร์ สำหรับการครองเรือน ให้มีความสุขที่ใช้ได้ตั้งแต่สมัยพุทธกาลถึงปัจจุบันและอนาคตชีวิตสมรส ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็น นารสแห่งธรรมชาติ มาผสมกลมกลืนให้ชีวิตมีความสุข

มงคล 38 ประการ

มงคล คือเหตุแห่งความสุข ความก้าวหน้าในการดำเนินชีวิต ซึ่งพระพุทธเจ้าได้ทรงแสดงไว้ให้พุทธศาสนิกชนได้พึงปฏิบัติ นำมาจากบทมงคลสูตรที่พระพุทธเจ้าตรัสตอบปัญหาเทวดาที่ถามว่า คุณธรรมอันใดที่ทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จ นั่นคือ "มงคลชีวิต" ซึ่งมี 38 ประการได้แก่

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------|
| 1. การไม่คบคนพาล | 2. การคบบัญญัติ | 3. การบูชาบุคคลที่ควรบูชา |
| 4. การอยู่ในถิ่นอันสมควร | 5. เคยทำบุญมาก่อน | 6. การตั้งตนชอบ |
| 7. ความเป็นพหูสูต | 8. การรอบรู้ในศิลปะ | 9. มีวินัยที่ดี |
| 10. กล่าววาจาอันเป็นสุภาสิต | 11. การบำรุงบิดามารดา | 12. การสงเคราะห์บุตร |
| 13. การสงเคราะห์ภรรยา | 14. ทำงานไม่ให้คั่งค้าง | 15. การให้ทาน |
| 16. การประพฤติธรรม | 17. การสงเคราะห์ญาติ | 18. ทำงานที่ไม่มีโทษ |
| 19. ละเว้นจากบาป | 20. สำรวมจากการดื่มน้ำเมา | 21. ไม่ประมาทในธรรมทั้งหลาย |
| 22. มีความเคารพ | 23. มีความถ่อมตน | 24. มีความสันโดษ |
| 25. มีความกตัญญู | 26. การพึงธรรมตามกาล | 27. มีความอดทน |
| 28. เป็นผู้ว่าง่าย | 29. การได้เห็นสมณะ | 30. การสนทนาธรรมตามกาล |
| 31. การบำเพ็ญตบะ | 32. การประพฤติพรหมจรรย์ | 33. การเห็นอริยสัจ |
| 34. การทำให้แจ้งซึ่งพระนิพพาน | 35. มีจิตไม่หวั่นไหวในโลกธรรม | 36. มีจิตไม่เศร้าโศก |
| 37. มีจิตปราศจากกิเลส | 38. มีจิตเกษม (คงยุทธ จารุชัยมนตรี, 2555) | |

เป็นธรรมะหมวดที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และการนำไปถือปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ได้อย่างเหมาะสม เพราะเป็นหมวดธรรมะ ที่เป็นขั้นเป็นตอนเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติมีความสมบูรณ์พร้อม คือฝึกให้เป็นคนดี มีความพร้อมในการฝึกตนเองเป็นคนมีประโยชน์ มีจิตอาสาบำเพ็ญประโยชน์ต่อตนเอง บุคคลรอบข้าง ครอบครัวและสังคม เป็นธรรมะเบื้องต้นที่สามารถน้อมนำมาใส่ตัวได้เต็มที่ ถือเป็นการฝึกปฏิบัติเพื่อกำจัดกิเลสให้ลดลงและสูญสิ้นไป ผลจากการปฏิบัติจนหมดกิเลส และยิ่งประโยชน์สูงสุด ของการปฏิบัติให้เกิดขึ้น คือ ผู้ปฏิบัติจะมีจิตใจที่สะอาด บริสุทธิ์ บริบูรณ์ หมดกิเลส สามารถทำพระนิพพานให้แจ้ง สร้างบารมีให้ถึงที่สุดแห่งธรรมได้ในที่สุด (ธนวรรร เข้าวังเย็น, 2563)

ทั้งนี้ผู้เขียนขอหยิบยกหลักธรรมในประเด็นที่เหมาะสมสำหรับการครองเรือนและการดำเนินชีวิตคู่มาพิจารณา นั่นคือ มงคล ๓๘ ประการข้อที่ ๑๓ การสงเคราะห์ภรรยา (สามี) เพราะถือเป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญสำหรับทุกคนในสังคม เพราะสถาบันครอบครัวถือเป็นสถาบันพื้นฐานของสังคมที่จะต้องผลิตสมาชิกที่ได้ออกมาสู่สังคม ดังนั้นพื้นฐานที่มั่นคงลำดับเริ่มแรกของการสร้างชีวิตคู่ นั่นคือ การสงเคราะห์กันระหว่างภรรยาและสามี

ความหมายของคำว่า ภรรยา - สามี

ภรรยา แปลว่า ผู้ควรเลี้ยง เมีย ภริยา หญิงที่เป็นคู่ครองของชายคู่กับสามี

สามี ภรรยา สามี แปลว่า ผู้เลี้ยง ผัว ชายที่เป็นคู่ครองของหญิง คู่กับภรรยา หรือภริยา (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) คำทั้งสองนี้ เป็นคำที่แฝงความหมายอยู่ในตัว และเป็นคำคู่กัน ผู้ชายที่ได้ชื่อว่าสามีก็เพราะเลี้ยงดูภรรยา ผู้หญิงที่จะได้ชื่อว่าภรรยาก็เพราะทำตัว เป็นคนควรเลี้ยง

การได้มาซึ่งชีวิตคู่สามีภรรยา

การเป็นสามีภรรยากันเป็นเรื่องที่จะว่ายากก็เหมือนง่าย แต่ครั้งจะว่ายากก็เหมือนยาก เพราะเพียงแต่มีการตั้งคำถามว่า “*ทำอย่างไรสามีภรรยาจึงจะมีความรักยั่งยืนอยู่กินกันราบรื่น ?*”

จากการวิเคราะห์ข้อคำถามเบื้องต้น ผู้เขียนสามารถอธิบายความหมายของข้อความที่ว่า “*รักยั่งยืนอยู่กินราบรื่น*” นั่นคือการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ซึ่งคู่สามีภรรยาควรมีคุณสมบัติของคู่สร้างคู่สมที่เป็นพื้นฐานอันมั่นคงที่จะทำให้สามีภรรยาครองชีวิตกันยืนยาว มีความสุข คือคู่สามีภรรยาต้องมีสมชีวิตรวม ได้แก่

1. สมสัทธา มีศรัทธาเสมอกัน ได้แก่ มีหลักการ มีความเชื่อมั่นในพระพุทธศาสนา มีเป้าหมายชีวิตเหมือนกัน
2. สมศีลา มีศีลเสมอกัน ได้แก่ ความประพฤติศีลธรรมจรรยา กิริยามารยาทอบรมมาดีเสมอกัน
3. สมจาคา มีจาคะเสมอกัน ได้แก่ มีนิสัยเสียสละชอบช่วยเหลือ ไม่เห็นแก่ตัว ใจกว้างเสมอกัน
4. สมปัญญา มีปัญญาเสมอกัน ได้แก่ มีเหตุผล มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่ติดื้อด้านตันทุรัง เข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน สนทนาพูดคุยกันรู้เรื่อง (อิรภัทร สุริยพันธุ์, 2552)

หากสามีและภรรยาคู่ใดปรารถนาจะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทั้งในภพชาตินี้และตามไปครองคู่กันอย่างมีความสุขอีกในภพชาติต่อไป จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 4 ประการ คือ

1. มีศรัทธาเสมอกัน
2. มีศีลเสมอกัน
3. มีจาคะเสมอกัน
4. มีปัญญาเสมอกัน

ตามพุทธพจน์ที่แปลความจากภาษาบาลีกล่าวเช่นนั้น ท่านใช้คำว่า “*เสมอกัน*” ซึ่งตัดจากภาษาบาลีว่า “*สม*” (อ่านว่า สะ-มะ) แต่ในทางปฏิบัติคำว่า เสมอกัน นั่นคือการประพฤติเช่นไร จึงได้ชื่อว่าเสมอกัน

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ในข้อนี้ น่าจะมีคำอธิบายที่ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการปฏิบัติหากคู่สามีภรรยาคู่ใดปรารถนาจะมีคู่แท้ที่ยืนดีพบกันทั้งในชาตินี้และชาติหน้านั้นเอง

เมื่อวิเคราะห์จากสมชีวีสูตรในพระไตรปิฎก พระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสปฐมสมชีวีสูตร และ ทุติยสมชีวีสูตร มีเนื้อหาเหมือนกัน ในที่นี้คัดมาแสดงเพียงเท่าที่เกี่ยวข้อกับเรื่อง การสงเคราะห์ภรรยา-สามี เท่านั้น พระผู้มีพระภาคเจ้าตรัสว่า “คหบดีและคหปตานี ถ้าสามีและภรรยาทั้ง 2 ฝ่าย หวังจะพบกันทั้งในชาตินี้และชาติหน้า ทั้ง 2 ฝ่ายพึงมีศรัทธาเสมอกัน มีศีลเสมอกัน มีจาคะเสมอกัน มีปัญญาเสมอกัน สามีและภรรยาทั้ง ๒ ฝ่ายนั้นย่อมได้พบกันทั้งในชาตินี้และชาติหน้า”

สามีและภรรยาทั้ง 2 ฝ่าย

เป็นผู้มีศรัทธา รู้ความประสงค์ของผู้ขอ

สำรวมระวัง ดำเนินชีวิตโดยธรรม

เจรจาไพเราะอ่อนหวานต่อกัน

มีความเจริญรุ่งเรือง มีความผาสุก

มีความประพุดิเสมอกันทั้ง 2 ฝ่าย

รักใคร่ ไม่คิดร้ายต่อกัน

ทั้ง 2 ฝ่าย ประพุดิธรรมในโลกนี้

มีศีลและวัตรเสมอกัน เสวยอารมณ์ที่น่าใคร่

ย่อมเพลิดเพลินบันเทิงใจในเทวโลก

ในทุติยสมชีวีสูตร มีเนื้อหาเหมือนในปฐมสมชีวีสูตร สำคัญจากเนื้อหาพระสูตรคือ คุณสมบัติของสามีภรรยาที่มีสิทธิ์ได้พบเห็นกัน ทั้งในชาตินี้และชาติหน้าตามความปรารถนา จะต้องเป็นผู้ที่มีศรัทธาเสมอกัน มีศีลเสมอกัน มีจาคะเสมอกัน และมีปัญญาเสมอกัน

ประเด็นคำถามคือ อย่างไรก็ตามมีสิ่งเหล่านั้นเสมอกัน ในเรื่องนี้มีคำอธิบายจากอรรถกถาเพียงสั้นๆ ว่า สมสพธา ได้แก่ เป็นผู้เสมอ เป็นเช่นเดียวกันด้วยศรัทธา แม้จะแปลแล้ว ก็ยังมีคำถามต่อมาว่า ศรัทธาเช่นเดียวกันนั้น ศรัทธาในอะไร และต้องเหมือนกันระดับไหน ซึ่งจะได้อธิบายต่อไป (นภาพร วรสายัณ, 2560)

วิเคราะห์ความหมายของการใช้ชีวิตคู่และการสงเคราะห์ภรรยา

จากประเด็นที่วิเคราะห์ในเบื้องต้น เนื้อหาของการใช้ชีวิตคู่ร่วมกันระหว่างสามีและภรรยาขึ้น การมีความเสมอกันแล้ว การสงเคราะห์ซึ่งกันและกันยังถือเป็นกุศลโลบายที่ได้มีการกล่าวไว้ในมงคล 38 ประการ การสงเคราะห์ภรรยา (สามี) ในแนวความคิดทางศาสนาและปรัชญานั้นมีกุศลโลบายที่แยบยลเปรียบเปรยได้กับการเคี้ยวอาหาร ถ้าลิ้นกับฟันทำงานไม่ประสานกันก็มีหวังขบลิ้นตนเองต้องเจ็บปวดจนน้ำตาาร่วง เช่นกัน ในชีวิตการครองเรือน ถ้าสามีภรรยาไม่รู้จักสงเคราะห์กันและกัน ไม่มีความเข้าใจกัน นอกจากจะไม่มีความรักในชีวิตรแล้ว ทั้งสองฝ่ายก็มีหวังเข้าใจจนน้ำตาาร่วงได้เฉกเช่นเดียวกัน (มณฑกาล พุทธซ้อน, 2563)

เมื่อทราบกุสโลบายคำสอนของการครองคู่ ตามหลักมงคล 38 ข้อที่ 13 การสงเคราะห์ภรรยา (สามี) สอดคล้องกับคำโบราณที่กล่าวว่า ภรรยานั้นมี 7 วรภรรยา โจรภรรยา อัยยาภรรยา มาตาภรรยา ภคินีภรรยา สขีภรรยา และทาสีภรรยา หากจะดูใครเป็นสามี - ภรรยา จัดอยู่ในประเภทใดนั้นก็ต้องดูหลังจากแต่งงานแล้ว ชัก ระยะเวลาหนึ่งจึงจะชัด ซึ่งการแต่งงานมีอยู่ 7 ระยะเวลา คือ

1. ระยะเวลาแรก คือก่อนเป็นสามีภรรยากัน ต่างคนต่างแต่ง ทั้งแต่งตัว แต่งท่าทาง อดคุณสมบัติ ให้อีกฝ่ายหนึ่งเห็น

2. ระยะเวลาสอง คือหลังจากเป็นสามีภรรยากันแล้ว ต่างคนต่างต้องทำงานตามหน้าที่ ใครมีข้อดี ข้อเสีย มีความรู้ความสามารถ มีความประพฤติอย่างไรก็จะปรากฏชัดออกมามงคลที่ ๑๓ สงเคราะห์ภรรยา สามี (พระมหาสมชาย ฐานวุฑฺโฒ, 2557)

จากการอธิบายข้างต้นมีความสอดคล้องกับ พระมหาสุนทร สุนทรธมฺโม (เสนาชูย), (2551) นิทานชาดก เรื่อง สุชาดาชาดก เรื่องมีอยู่ว่า ในสมัยหนึ่ง พระพุทธเจ้าประทับอยู่วัดเชตวันเมืองสาวัตถี ทรงปรารภนางสุชาดาน้องสาวของนางวิสาขาซึ่งเป็นลูกสะใภ้ของท่านอนาถบิณฑิกเศรษฐี นางสุชาดาสำคัญตนว่าเป็นลูกสาวของตระกูลใหญ่ จึงไม่ยอมก้มหัวให้กับใคร ๆ ในครอบครัวสามีแม้กระทั่งปู่และย่า เทียวดูดา เหยียนตีทาสรับใช้ในเรือนของสามีอยู่เป็นประจำ ต่อมาวันหนึ่ง พระพุทธเจ้าพร้อมด้วยพระภิกษุสงฆ์เข้าไปฉันที่บ้านของท่านอนาถบิณฑิกเศรษฐี ขณะที่กำลังแสดงธรรมอยู่นั้นเอง ได้ยินเสียงเอะอะโวยวาย จึงตรัสถามท่านเศรษฐี เมื่อเศรษฐีกราบทูลให้ทรงทราบแล้ว พระองค์จึงรับสั่งให้เรียกนางมาเข้าเฝ้า และตรัสถามนางว่า "สุชาดา ภรรยา มี 7 จำพวก เธอเป็นภรรยาจำพวกไหน" นางสุชาดาไม่ทราบจึงกราบทูลว่า "ข้าพระองค์ไม่ทราบว่าพระองค์ตรัสหมายถึงอะไร โปรดอธิบายด้วยเถิดพระเจ้าข้า" จากนั้นพระพุทธเจ้าจึงตรัสแสดงเทศนา ภรรยา 7 จำพวก ให้นางสุชาดาฟัง เมื่อพระพุทธองค์เทศนาเรื่องภรรยา ๗ จำพวกจบเท่านั้น นางสุชาดาได้เป็นพระโสดาปัตติผลทันที จึงกราบทูลว่า "ข้าพระองค์ขอเป็นทาสีภรรยา ภรรยาเสมือนดังทาส พระเจ้าข้า" ถวายบังคมขอขมาพระพุทธเจ้าแล้วก็ไป เมื่อกลับถึง วัดเชตวันพวกภิกษุพากันสนทนากล่าวถึงนางสุชาดาที่เป็นหญิงสะใภ้ผู้ร้าย พอได้ฟังธรรมของพระพุทธองค์แล้วก็กลับเป็นหญิงเรียบร้อยไปได้

ในขณะที่ นิทานชาดก เรื่อง นิทานมาสาธก อันเป็นเรื่องเล่าจากพระพุทธเจ้าเพื่อคลายความสงสัยของพวกภิกษุ และสามารถอธิบายเรื่องประเภทของภรรยา หรือลักษณะของหญิงที่มีความงามพร้อมทั้งภายในและภายนอกนั้นควรสำรวจทั้งวาทะ ดังเรื่องเล่ามีอยู่ว่า กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว พระโพธิสัตว์เกิดเป็นพระราชโอรสของพระเจ้าพรหมทัต เมืองพาราณสี พอเจริญวัยได้ไปศึกษาศิลปะที่เมืองตักกสิลา เมื่อพระราชบิดาสวรรคตแล้วก็ได้ขึ้นครองราชย์สืบมา พระองค์ทรงปกครองบ้านเมืองโดยธรรม แต่พระมารดาเป็นผู้มักโกรธดุร้าย ชอบด่าข่าทาสบริวารอยู่เสมอ พระองค์คิดหาวิธีจะตักเตือนพระมารดาแต่ก็ยังไม่สำเร็จ

วันหนึ่ง พระองค์เสด็จไปสวนหลวงพร้อมด้วยพระมารดา มีบริวารแวดล้อมไปด้วยคณะใหญ่ พวกข่าทาสบริวารพอได้ยินเสียงนกน้อยตีวีตร้องก็พากันปิดหูพร้อมกับบ่นว่า "เจ้านกบ้า เสียงไม่ไพเราะก็ยังไม่ร้องอยู่ได้ ไม่อยากฟัง" ลำดับนั้นได้ยินเสียงนกเดหวาร้องสำเนียงไพเราะก็พากันชื่นชมว่า "เสียงเจ้าช่างไพเราะจริง ๆ ร้องต่อไปเรื่อย ๆ อย่าได้หยุดนะ" พระองค์คิดว่าได้โอกาสตักเตือนพระมารดาแล้ว จึงตรัสเป็นพระคาถาว่า

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

" ธรรมดาสัตว์ทั้งหลายที่สมบุรณ์วรรณะ มีเสียงอันไพเราะ น่ารักน่าชม
แต่พูดจาหยาบกระด้าง ย่อมไม่เป็นที่รักของใคร ๆ ทั้งในโลกนี้และโลกหน้า
พระองค์ก็ได้เห็นมิใช่หรือว่า นกคฤหาส์ตัวนี้มีลิ้นไม่สวย ลายพริ้วไปทั้งตัว
แต่เป็นที่รักของสัตว์ทั้งหลายจำนวนมาก เพราะร้องด้วยเสียงอันไพเราะ
เพราะฉะนั้น บุคคลควรพูดคำอันสละสลวย คิดก่อนพูด พูดพอประมาณไม่ฟังชาน
ถ้อยคำของผู้ที่แสดงเป็นอรรถเป็นธรรม เป็นถ้อยคำอันไพเราะ เป็นถ้อยคำที่เป็นภาษิต "

พระมารดาได้สติแล้วก็กลับได้สติ จำเดิมแต่วันนั้นมากก็กลายเป็นคนเพียบพร้อมด้วยมารยาอันดีงามไม่ดูต่ำ
ว่าร้ายใคร ๆ ครอบงำชีวิตโดยธรรมเสด็จไปตามยถากรรม

ในนิทานชาดก เรื่อง นิทานมาสาธก ข้างต้นที่พระพุทธเจ้าทรงใช้วิธีการเทศนาตักเตือนผู้เป็นบิดาให้
เข้าใจต่อสิ่งอันใดที่ความสวยงามหรือไม่สวยงามนั้น ขึ้นอยู่กับว่า สิ่งนั้น สัตว์ตัวนั้น หรือคนผู้นั้น ได้คิดร้าย
หรือเปล่งวาจาว่าร้ายต่อผู้อื่นหรือไม่ ควรเป็นคนเจรจาด้วยคำไพเราะอ่อนหวานเหมือนกับเสียงนกคฤหาส์ที่
ใคร ๆ ก็ลุ่มหลงอยากฟัง เฉกเช่น สรรพสัตว์ทั้งมวลในโลกหรือแม้แต่หญิงภรรยาที่มีสามีแล้วก็ตาม หากมี
หน้าตาขี้ริ้วขี้เหร่ รูปร่างไม่สวยงามเพียงใด แต่ไม่เคยกล่าวร้ายคนอื่นอยู่ฉนั้นใด ก็ย่อมสวยงามอยู่ฉนั้น ซึ่ง
ตรงกับ มงคลข้อที่ 13 ประเภทของภรรยาที่เป็น มาตากริยา ภคินีภรรยา สขีภริยา และทาสีภริยา ที่ล้วน
จะต้องรู้จักพูดจาไพเราะเสนาะหูต่อคนรอบข้างและสามีเสมอ มีความหมายไปในทิศทางเดียวกับ นิทานชาดก
เรื่อง สุชาดาชาดก ที่เมื่อครั้งพระพุทธเจ้าทรงเทศนาถึงภรรยา ๗ ประเภท เสร็จสิ้นแล้ว แล้วทรงนางสุชาดาว่า
ภรรยา ๓ จำพวกแรกต้องตกนรก ส่วนภรรยา 4 จำพวกหลังไปเกิดใน เทวโลกชั้นนิมมานรดี ภรรยา 7 จำพวก
นี้ เธอจะเป็นจำพวกใด เมื่อนางได้สติรับฟังการเทศนาและการตั้งคำถามของพระพุทธองค์ จึงทรงเข้าใจว่า
การเป็นหญิง หรือเป็นภรรยา ที่เป็นที่รักของคนรอบข้างและสามีนั้น จะต้องเลือกเป็นภรรยาตามแบบอย่าง 4
จำพวกหลังนั้น

เหตุอันสมควรและไม่สมควรแก่การสงเคราะห์ภรรยา

จากการตีความในเบื้องต้น พระพุทธเจ้าได้ทรงเทศนาถึงลักษณะภรรยาทั้ง ๗ ประเภท ที่มีทั้งจำพวก
ที่ควรเอาเป็นแบบอย่าง และไม่ควรเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งภรรยาในกลุ่มจำนวนที่ควรเอาเป็นแบบอย่างนั้น คือ

ภรรยาจำพวกที่ 4 โอบอ้อมอารี ทำแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์เกื้อกูลทุกเมื่อ ตามรักษาสามี
เหมือนแม่รักษาลูก รักษาทรัพย์ที่สามีหามาได้ไว้ นี้เรียกว่า มาตากริยา ภรรยาเสมือนดังมารดา

ภรรยาจำพวกที่ 5 มีความเคารพสามี มีความละเอียดใจ ทำตามความพอใจสามี คล้าย
น้องสาวเคารพพี่ชาย นี้เรียกว่า ภคินีภรรยา ภรรยาเสมือนดังน้องสาว

ภรรยาจำพวกที่ 5 เห็นหน้าสามียิ้มแย้มรื่นเริงยินดี คล้ายกับเพื่อนรักมาเยี่ยมเยือนบ้าน
รักษาชื่อเสียงวงศ์ตระกูล มีศีลมีวัตรปฏิบัติต่อสามี นี้เรียกว่า สขีภริยา ภรรยาเสมือนดังเพื่อน

ภรรยาจำพวกที่ 7 เป็นคนที่ไม่มีความขิงโกรธ ถึงจะถูกคุกคามก็ไม่มีจิตคิดประทุษร้าย
อดกลั้นต่อสามี เอาใจสามีเก่ง นี้เรียกว่า ทาสีภริยา ภรรยาเสมือนดังทาส

ในขณะที่ลักษณะของภรรยาที่ไม่ควรนำมาเป็นแบบอย่างนั้น คือ

ภรรยาจำพวกที่ 1 มีจิตคิดประทุษร้ายสามี มิได้ประพฤติสิ่งที่เป็นประโยชน์เกื้อกูลแก่สามี รักใคร่ในชายอื่น ดูหมิ่นล่วงเกินสามี ขวนขวายเพื่อจะฆ่าสามี นี้เรียกว่า วธกาภรรยา ภรรยาเสมือนดังเพชฌฆาต

ภรรยาจำพวกที่ 2 สามีได้ทรัพย์มามอบให้ภรรยาเก็บรักษาไว้ แต่ภรรยาไม่รู้จักเก็บรักษา ปรรณนาแต่จะใช้ทรัพย์นั้นให้หมดไป นี้เรียกว่า โจริภรรยา ภรรยาเสมือนดังโจร

ภรรยาจำพวกที่ 3 เกียจคร้านทำงาน กินจุ มักโกรธ มักดุด่า กดขี่คนใช้ นี้เรียกว่า อัยยาภรรยา ภรรยาเสมือนดังเจ้านาย (พระมหาสุนทร สุนทรธมโม (เสนาชูย), 2551)

จากประเด็นข้างต้นมีความสอดคล้องต่อบทบาทหน้าที่อันพึงสมควรปฏิบัติที่ มณฑกาล พุทธช้อน (2563) สรุปว่าบทบาทหน้าที่ของภรรยา พึงปฏิบัติต่อสามีด้วยความยินดีและด้วยความพอใจในหน้าที่ของตน นั้นมีแนวทางการปฏิบัติได้ด้วยการประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวัน อันประกอบด้วย

1. จัดการงานดี จัดบ้านให้สบายน่าอยู่ จัดอาหารให้ถูกปากและทันตามความต้องการ จัดเสื้อผ้าเครื่องใช้ให้สะอาดอยู่เสมอดูแลลูกเต้าให้ความรักอบอุ่น ให้ลูกเติบโตขึ้นมาด้วยสุขภาพแข็งแรงและเป็นคนดี

2. สงเคราะห์ญาติข้างสามี ด้วยการเอื้อเฟื้อ กล่าววาจาไพเราะ ให้ความช่วยเหลือตามฐานะที่จะทำได้

3. ไม่นอกใจ จงรักภักดี ซื่อสัตย์ต่อสามีเพียงผู้เดียว

4. รักษาทรัพย์ให้ดี ไม่ฟุ่มเฟือย แต่ก็ไม่ตระหนี่ รู้จักใช้ทรัพย์ให้เป็น

5. ขยันทำงาน ขยันขันแข็งทำงานบ้าน ไม่เอาแต่กิน นอน เทียว หรือเล่นการพนัน

อานิสงส์การสงเคราะห์ภรรยา (สามี)

เมื่อสมัยพุทธกาล พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ทรงตรัสเรื่องมงคลสมรสไว้สั้นๆ เพียงคำเดียวว่า สังคหะ แปลว่า การสงเคราะห์กัน และให้ปฏิบัติตามหลักสังคหวัตถุ 4 เพื่อเป็นการยึดเหนี่ยวน้ำใจกัน ธรรมที่เป็นที่ตั้งแห่งการสงเคราะห์กัน หมายถึง หลักการครองใจคน หลักยึดเหนี่ยวใจกันไว้ วิธีทำให้คนรัก และหลักสังคมาสงเคราะห์ ซึ่งเป็นเครื่องประสานใจและเหนี่ยวรั้งใจคนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ และทำให้อยู่กันด้วยความรักความปรารถนาดีต่อกัน เหมือนลิมสลักรถที่ตรึงตัวรถไว้มิให้ชิ้นส่วนกระจายไป ทำให้รถแล่นไปได้ตามที่ต้องการ อันประกอบด้วย

1. ทาน การให้ปันแก่กัน คนเราถ้ารักที่จะอยู่ด้วยกันต้องปันกันกิน ปันกันใช้ หามาได้แล้ว ควรรวมกันไว้เป็นกองกลางแล้วจึงแบ่งกันใช้ หากไม่เอามารวมกัน อาจเกิดการระแวงกันได้ ที่ใดที่ปราศจากการให้ที่นั่นย่อมแห้งแล้งเหมือนทะเลทราย การปันกันนี้รวมทั้งการปันทุกข์กันในครอบครัวด้วย เมื่อฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดมีความทุกข์ มีปัญหา ก็ควรนำมาปรึกษากัน อีกฝ่ายก็ต้องรับรู้จักรับฟังและปลุกปลอบให้กำลังใจ

2. ปิยวาจา พูดกันด้วยวาจาไพเราะ แม้การตักเตือนกันก็ต้องระมัด ระวังคำพูด ถ้าถือเป็นคนเองมากเกินไป อาจจะทำให้กฏฐิติ ทำให้ครอบครัวไม่สงบสุข โดยถือหลักว่า ก่อนแต่งงานเคยพูดไพเราะอย่างไร หลังแต่งงานก็พูด ให้ไพเราะ อย่างนั้น

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

3. อรรถจริยา ฝึกฝนตนให้เป็นประโยชน์ คือมีความรู้ความสามารถ แล้วนำความรู้ความสามารถที่มีอยู่นั้นมาช่วยเหลือกัน ประพฤติตนเป็นประโยชน์ต่อกันในทุกด้าน เมื่อรู้ว่าอะไรดีหรือไม่ดี ควรหรือไม่ควร ก็นำมาเล่าสู่กันฟัง พยายามศึกษาหาความรู้ทางธรรม เอาใจมาเกาะกับธรรมให้มากสามิภรรยา นั้นเมื่อทะเลาะกันมักจะโยนความผิดให้อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งแท้จริงแล้วย่อมมีความผิดด้วยกันทั้งคู่ อย่างน้อยก็ผิดที่ไม่หาวิธีที่เหมาะสมแนะนำตักเตือนกัน ปลอ่ยให้อีกฝ่ายหนึ่งทำความผิด

4. สมานัตตตา วางตัวให้เหมาะสมกับที่ตัวเป็น เป็นพ่อบ้านก็ทำตัวให้สมกับเป็นพ่อบ้าน เป็นแม่บ้านก็ทำตัวให้สมกับเป็นแม่บ้าน ต่างก็วางตัวให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทั้งในบ้านและนอกบ้าน ซึ่งข้อนี้จะประพฤติ ปฏิบัติให้ดี ต้องฝึกสมาธิให้ใจผ่องใสเป็นปกติ เพราะคนที่ใจผ่องใสจะรู้ว่าในภาวะเช่นนั้น ควรจะวางตนอย่างไร ไม่ระเริงโลภจนวางตนไม่เหมาะสม (พระโสภณ โสภโณ (ทองสม), 2563

บทสรุป

สามารถกล่าวได้ว่า ประเภทของภรรยา มีทั้งสิ้น 7 ประเภท หากมองในมุมของบุุคคลคนทั่วไป เห็นสมควรว่าภรรยาที่เป็นภรรยาที่ดี เถกเช่น มาตากริยา ภคินีภริยา ภริยา และ ทาสีภริยา เท่านั้นจึงจะสมควรแก่การได้รับการสงเคราะห์ เพื่อให้การใช้ชีวิตคู่ร่วมกันนั้นมีความราบรื่นและยั่งยืน แต่หากวิเคราะห์ให้ละเอียดถี่ถ้วน จะพบว่า ระยะเวลาอันเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการพิสูจนอุปนิสัยของภรรยาแต่ละออกให้เห็นมากยิ่งขึ้น ฉะนั้นคู่ครองหลาย ๆ คู่ มักจะไม่สามารถประคับประครองชีวิตคู่ของตนเองได้ เมื่อรู้จักนิสัย และรู้ว่าภรรยาของตนเองนั้นจัดอยู่ในประเภท วธกาภริยา โจรีภริยา และอัยยาภริยา ซึ่งลักษณะเหล่านี้ อาจจะมีปัจจัยที่ผลักดันส่งผลให้ภรรยา ผู้เคยเพียบพร้อมเป็นเอ็นดูต่อสามีเมื่อครั้งก่อนแต่งงานเปลี่ยนไป เช่น สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมของสามี หรือบุคคลรอบข้าง ภาวะความเครียดจากปัจจัยภายนอก ครอบครัว สภาวะการเงินการงานที่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น ฉะนั้นการสงเคราะห์ภรรยาที่มีลักษณะตามที่อธิบายมาข้างต้นทั้ง 7 ประเภทนั้น สามีควรจะเป็นผู้เข้าใจ คอยสั่งสอน ตักเตือน ชักจูงให้ภรรยาไม่สู่วางเสื่ออยู่ เสมอจึงจะถือเป็นสงเคราะห์ภรรยาให้มีความเสมอต้น

มงคล 38 ประการ มงคลที่ 13 นั้นจึงถือเป็นหลักธรรมที่ได้มีการบันทึกไว้และใช้เพื่อการสั่งสอนบุคคล อันเป็นสตรี หรือผู้หญิง ในฐานะผู้ครองเรือนที่เป็นภรรยา สะใภ้ หรือมารดา ควรยึดถือปฏิบัติต่อการดำรงชีวิต อยู่กับคนรอบข้าง และบุคคลอันเป็นที่รักในครอบครัวให้เป็นแบบอย่างได้อย่างแยบยล ในทางเดียวกัน พระสัมมาสัมพุทธเจ้ายังทรงสอนให้ยึดหลักคล้ายกันคือ ทรงสอนให้ยึดเหนี่ยวน้ำใจกันไว้ด้วยคุณธรรม ที่เรียกว่า สังคหะ แทนการสงเคราะห์ ที่ทั้งสองฝ่ายปฏิบัติต่อกัน จะเป็นเงื่อนใจ 2 วง วงหนึ่งคล้องไว้ในใจสามี อีกวงหนึ่งคล้องไว้ในใจภรรยา พราจากจากกันไปไม่ได้ แม้แต่ความตายก็พรากได้เพียงร่างกาย ส่วนดวงใจนั้น ยังคงคล้องกันอยู่ชั่ววันรันดร์

บรรณานุกรม

- คงยุทธ จารุชัยมนตรี. (2555). มงคล 38 ประการ. สืบค้น 3 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/religion/10000-6101.html> .
- ธนวรรธ เข้าวังเย็น. (2563). หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เรื่อง มงคล 38. สืบค้น 3 ธันวาคม 2563 จาก <http://www.kalyanamitra.org>.
- นภาพร วรสายัณ. (2560). วิเคราะห์สมชิวิตาธรรมสำหรับคู่สามีภรรยาในปัจจุบัน. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ 2(3) : หน้า 32-42.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554.
- พระไตรปิฎกและอรรถกถา เล่มที่ 41 หน้าที่ 73 ถึงหน้าที่ 115 <https://uttayarndham.org/tripitaka-mp3-files-individual-track/2671/>.
- พรรษาศิริ. (2559). 10 โอวาทที่ใหม่เสมอสำหรับการครองเรือนให้มีความสุขที่ใช้ได้ตั้งแต่สมัยพุทธกาลถึงปัจจุบันและอนาคต. สืบค้น 16 พฤษภาคม 2564 จาก <http://www.mongkoltemple.com/page02/daily012.html>
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2546). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : มูลนิธิการศึกษาเพื่อสันติภาพ พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต).
- พระมหาสมชาย ฐานวุฑโฒ. (2557). มงคลชีวิตฉบับ ทางก้าวหน้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทฐานการพิมพ์ จำกัด. หน้า 112-113.
- พระมหาสุนทร สุนทรธมโม (เสนาชูย). (2551). หนังสือนิทานชาดก เล่มที่ 2. หน้า 147-151.
- พระโสภณ โสภโณ (ทองสม). (2563). การประยุกต์ใช้หลักสังคหวัตถุ 4 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนวัดใหม่ทุ่งคาอำเภอรัตถุมิ จังหวัดสงขลา. วารสารมหาจุฬานครทรรศน์, 7(3) : หน้า 18-19.
- มณฑกาล พุทธช้อน. (2563). มงคลที่ ๑๓ สงเคราะห์ภรรยา สามี. สืบค้น 2 ธันวาคม 2563 จาก http://www.kalyanamitra.org/2554/mngkhlchiwit38_detail.php?page=102 หน้า 34-35.
- อิรภัทร สุริยพันธุ์. (2552). มโนทัศน์เรื่องเมียในสังคมไทย พ.ศ.2394-2478. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิตสาขาประวัติศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จินตนาการใหม่กับการพัฒนาภาวะผู้นำในยุคโลกเปลี่ยน
Re-Imagine Leadership Development for Disruptive World

จีระยุทธ พุทธรักษาพิทักษ์

Jeerayuth Puttaraksapitak

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

Mahamakut Buddhist University Isan Campus, Khon Kaen 40000, Thailand

Author for correspondence, Email: rongjeera@hotmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้นำของแต่ละองค์กร จำเป็นต้องตระหนักและให้ความสำคัญในการรับมือให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งจำเป็นต้องจัดทักษะสำคัญของผู้นำมาใช้แทบทุกกระบวนการ หรือการปรับแผนกลยุทธ์ให้สามารถรับมือกับวิกฤติที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ผู้นำที่มีภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของงานและองค์กร ภาวะผู้นำหรือภาวะความเป็นผู้นำไม่ได้เป็นมาโดยกำเนิด แต่สามารถสร้างขึ้นได้ เป็นเรื่องที่เรียนรู้และฝึกฝนได้ การเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงในยุคปัจจุบัน ยุคโลกเปลี่ยนหรือยุคโลกป่วน (Disruptive World) เกิดนวัตกรรมแบบพลิกฟ้าพลิกแผ่นดิน (Disruptive Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงที่ทำให้สิ่งเดิม ๆ ที่มีอยู่บางสิ่งบางอย่างต้องหายไป โลกเปลี่ยนทุกวินาที จากการศึกษาด้วยวิธีการค้นคว้า รวบรวม สรุป อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลอันหลากหลาย ทุกมิติที่น่าเชื่อถือได้ ผลจากการศึกษาอาจกล่าวได้ว่า คนที่ย่ำอยู่กับที่มีแต่สูญพันธุ์ เราต้องย้อนอดีต มองปัจจุบัน สู่อนาคตใหม่ จินตนาการใหม่หรือลองนึกภาพใหม่ (Re-Imagine) ภาวะผู้นำในโลกยุคใหม่ ที่จะต้องพัฒนาให้รอบด้านในทุกมิติ เป็นผู้นำที่มีภาวะผู้นำหรือมีภาวะความเป็นผู้นำ 360 องศา เป็นผู้นำแกนกลาง เป็นผู้นำที่ไม่ใช่คนสั่งการ กำกับควบคุม แต่เป็นผู้นำที่จะต้องดึงศักยภาพบุคลากร ต้องสร้างทุกคนให้เป็นผู้บริหาร มีทักษะผู้นำในยุค New Normal มีภาษาใหม่ของการเป็นผู้นำในการต่อยอดกับ Disruption ด้วยการเข้าใจแบบหยั่งรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น เข้าใจ Digital Disruption ไม่ใช่เป็นการทำลายล้างแต่เป็นการสร้างโอกาสเพื่อความสำเร็จใหม่ในยุคดิจิทัล ใช้ทักษะการโค้ช คือเก่งคิด เก่งคน เก่งโค้ช มี Mindset, Skillset, Toolset ประกอบกับ Hard Skill, Soft Skill รวมถึงมีการ Reskill และ Upskill ภาวะผู้นำเป็นทั้งพรสวรรค์และพรแสวง ที่สำคัญคือการเรียนรู้และฝึกฝนจึงจะเกิดภาวะผู้นำอย่างแท้จริงได้ เมื่อก่อนปลาใหญ่กินปลาเล็ก ปัจจุบันนี้ ปลาเร็วกินปลาช้า ปลา Online กินปลา Onsite แต่ในสถานการณ์นี้ทุกขนาดองค์กรต้องเป็นพันธมิตรในการอยู่ให้รอดได้ในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างหนักหน่วงรวดเร็ว ผกผันอย่างบ้าคลั่ง นั่นคือ สมรรถนะ Disruption สภาวะ VUCA ดังแสดงภาพกรอบความคิด จินตนาการใหม่กับการพัฒนาภาวะผู้นำในยุคโลกเปลี่ยน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, จินตนาการใหม่, โลกเปลี่ยน

Received: 10/05/64 Revised:08/06/64 Accepted:13/06/64

Abstract

At the present time, the leaders need to emphasize the importance on world changing and using all leadership skills; using adaptive strategy process encounter current crisis. Leadership is the key to success for organization; leadership is not indigenous skill, but it can be created and practiced. Nowadays, the big change of the world: we also know as disruptive world. It cause disruptive innovation; revolution, or radical change process. According to the result of research, various sources of information and reliable sources show that the people who stop learning maybe become extinct. We have to remind the past, focus on the present to create a new future or re-imagine. The leadership in the modern world have to develop al dimensions; the leader will be 360 degree leadership: they are neutral. They can not be commanders; but they can be creators, leadership skill in new normal trend also. Besides the leaders must understand to real disruption meaning and also know about digital disruption is not devastate but also create a new opportunity to success in digital world. The leaders can be good at coaching, positive thinking, and connection. They have to get concept about mindset, skillset, toolset, hard skill, soft skill and reskill, upskill as well. Leadership can be gift and curious also, but the most important thing for leadership are studying and practicing process. In the past we saw the bigger fish ate the smaller fish, but nowadays the faster fish eat the slower fish; online fish eat onsite fish. Therefore all size of organizations have to create a good connection and fight for surviving in disruptive world underneath VUCA condition figure out in conceptual framework, re-imagine for disruptive leadership development world.

Keywords: Leadership, Re-Imagine, Disruptive World

บทนำ

การบริหารหน่วยงานหรือองค์กร ไม่ว่าจะเป็หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชน ปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ คือการมีผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีภาวะผู้นำของผู้บริหารที่จะสามารถนำพองค์กรให้มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันที่จะปฏิบัติงาน เพื่มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน ภาวะผู้นำเปรียบเสมือนอาวุธประจำกายของผู้บริหารและผู้นำที่เป็นนักบริหารมืออาชีพที่จะสามารถสร้างอำนาจชักนำและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ตัวชี้วัดการนำของผู้บริหารที่ได้ชื่อว่ามืออาชีพคือ ผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภพของงาน ภาวะผู้นำจึงเป็นตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภพของงาน ผู้ที่ประสบความสำเร็จมักจะมีสิ่งหนึ่งที่แตกต่างไปจากคนทั่ว ๆ ไปนั่นก็คือ ภาวะผู้นำ (Leadership) เพราะสิ่งนี้จะเป็ขุมพลังในการขับเคลื่อนให้ชีวิตของคนมุ่งไปข้างหน้า พลังนี้ไม่ได้เกิดจากพลังภายในตัวคน ๆ นั้นเพียงอย่างเดียว แต่เป็พลังร่วม (Synergy) ระหว่างพลังภายในของคน ๆ นั้นกับพลังของคนอื่น ๆ รอบข้างที่เป็นผู้ตามซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมให้พลังงานที่ขับเคลื่อนมีเพิ่มมากขึ้นเป็ทวีคูณ ปัจจุบันเราประสบปัญหาวิกฤติผู้นำกันอยู่ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับประเทศ องค์กร หรือหน่วยงานต่าง ๆ เพราะดูเหมือนว่า จะหาผู้นำที่เป็นของแท้หรือผู้นำที่น่าเชื่อถือจริง ๆ ยากมาก การสร้างให้คนในองค์กรมีภาวะผู้หรือภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) นับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เพื่อที่จะทำให้องค์กรพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง (Change) ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็วในขณะนี้ บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดทัศนคติว่า ถึงเวลาจินตนาการใหม่ หรือรื้อของเดิมแล้วจินตนาการใหม่ในการพัฒนาภาวะผู้นำที่จำเป็นในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Disruption) ต้องมีคุณลักษณะอย่างไร เราจะอยู่ให้รอดได้อย่างไรกับยุคโลกป่วน “Disruptive World” ในชีวิตปกติวิถีใหม่ (New Normal) โดยมีสภาวะการณโควิด-19 เป็ตัวเร่งและเราจะต้านทานแรงพายุ Digital Disruption ที่โหมกระหน่ำอยู่ในปัจจุบันนี้ได้อย่างไร

ผู้นำ(Leader) มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ดังนี้

เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2552) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่ได้รับมอบหมายซึ่งอาจจะโดยการเลือกตั้งหรือแต่งตั้ง และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกให้มีอิทธิพลและบทบาทเหนือกลุ่ม สามารถที่จะจูงใจชักนำหรือชี้นำให้สมาชิกของกลุ่มรวมพลังเพื่อปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ของกลุ่มให้สำเร็จ

มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ (2554) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง ผู้ที่มีอิทธิพลในทางที่ถูกต้องต่อการกระทำของ ผู้อื่น ผู้ที่มีอิทธิพลในทางที่ถูกต้องมากกว่าคนอื่น ๆ ในกลุ่มหรือองค์กร ซึ่งผู้นำนั้นปฏิบัติงานอยู่หรือผู้นำ คือ ผู้ซึ่งได้รับตำแหน่งในสำนักงานและมีอิทธิพลในตัวสูง

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2556) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง เป็บุคคลที่ได้รับการยกย่อง หรืออาจเป็บุคคลที่ได้รับการคัดเลือก หรือแต่งตั้งให้เป็ผู้นำหรือบุคคลที่มีอิทธิพลและมีบทบาทเหนือคนอื่น ๆ หรือเป็บุคคลที่ได้รับการยอมรับ ครัทธา หรือได้รับความไว้วางใจให้

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2559) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่ได้รับการยอมรับและยกย่องจากบุคคลอื่น หมายถึงบุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้งขึ้นมา หรือได้รับการยกย่องให้เป็หัวหน้าในการดำเนินงาน

ต่าง ๆ ในองค์กรต่าง ๆ ต้องอาศัยบุคคลที่เป็นผู้นำและมีความเป็นผู้นำจึงจะทำให้องค์กรดำเนินไปอย่างบรรลุผลสำเร็จตาม วัตถุประสงค์ และนำพาหน่วยงานไปสู่ความเจริญก้าวหน้า

อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์จันทิก (2559) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มาจากการแต่งตั้ง และได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจ จากกลุ่มให้มีความเห็นผู้อื่นในการชี้แนะ สั่งการ มอบหมายงาน จูงใจ และช่วยเหลือให้กลุ่มสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากการศึกษามาเบื้องต้น ผู้นำ (Leader) หมายถึง คือ บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้ง การยอมรับ ไว้วางใจ ให้มีอิทธิพล บทบาท สามารถจูงใจ ชักนำหรือชี้นำ สั่งการ มอบหมายงาน กำกับ ให้ปฏิบัติงานสำเร็จตาม เป้าหมาย บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ที่จำเป็นที่ผู้บริหารมืออาชีพจะสามารถสร้างอำนาจชักนำและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ตัวชี้วัดการนำของผู้บริหารที่ได้ชื่อว่ามีอาชีพคือผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภาพของงาน โดยเฉพาะในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ยุคโลกปั่น (Disruptive World) เกิดนวัตกรรมแบบพลิกฟ้าพลิกแผ่นดิน (Disruptive Innovation) ในสภาวะไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน ไร้ทิศทางก็ว่าได้ ผู้นำยุคใหม่ต้องสร้างทุกคนให้เป็นผู้บริหาร ต้องสร้างผู้นำสำหรับงานนั้น ๆ ผู้นำไม่ใช่คนสั่งหรือกำกับควบคุมแต่เป็นผู้ตั้งศักยภาพของคน ผู้นำไม่ใช่อัจฉริยะแต่เป็นผู้สร้างอัจฉริยะ ความท้าทายใหม่ในหลายมิติรอบด้านและมีลักษณะว่องไว ยืดหยุ่น (Agile)

ภาวะผู้นำหรือภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ดังนี้

ตุลา มหาพสุธานนท์ (2554) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในกลุ่ม ที่จะนำผู้อื่น โดยการใช้กระบวนการหรือกรรมวิธีในการใช้อิทธิพล หรืออำนาจในการจูงใจ หรือชักจูงให้สมาชิกในกลุ่มยอมปฏิบัติตามความประสงค์ของบุคคลนั้นด้วยความเต็มใจ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามการปฏิบัติตามคำสั่งเป็นไปด้วยความเต็มใจของผู้ใต้บังคับบัญชา ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้าน แหล่งที่มาของอำนาจ และการยอมรับอำนาจในการบังคับบัญชา

ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี (2554) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการชักนำและจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม นโยบาย เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ภาวะผู้นำเป็น กระบวนการต่าง ๆ ที่ผู้บริหารสามารถกระตุ้นให้งานสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้โดยใช้ทักษะการ สื่อสารและโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สมาชิกในองค์กรร่วมมือทำงานอย่างเต็มที่

ภารดี อนันต์นาวิ (2555) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการและสถานการณ์ที่บุคคลหนึ่งได้เป็นที่ยอมรับให้เป็นผู้ในกลุ่มและมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มบุคคลนั้น สมาชิกในกลุ่มเชื่อว่ามีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่กลุ่มเผชิญอยู่ได้ โดยอาศัยอำนาจหน้าที่หรือการกระทำของผู้นำในการชักจูงหรือชักนำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2556) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง เป็นคุณลักษณะ พฤติกรรม ความสามารถ หรือกระบวนการที่เป็นปฏิสัมพันธ์ หรือเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล ที่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้อื่น กลุ่มคน สามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความปรารถนา ทำให้เกิดความเชื่อถือศรัทธา การยอมรับ ความ

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พยายาม การอุทิศตัว การใช้ความสามารถอย่างดีที่สุด และช่วยเพิ่มอำนาจของผู้อื่น เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

กฤติยา จันทระเสนา (2556) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคน 2 คน หรือมากกว่าขึ้นไป ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือกว่ากัน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมบรรลุเป้าหมาย

วิโรจน์ สารรัตน์ (2557) ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารจะให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

จากการศึกษามาเบื้องต้น ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง เป็นคุณลักษณะ พฤติกรรม ความสามารถของบุคคลที่จะนำผู้อื่น โดยการใช้ทักษะการสื่อสาร หรือการใช้อิทธิพลและอำนาจที่มีของตน กระตุ้น ผลักดัน ชี้นำ ในการจูงใจ ชักจูงให้ผู้อื่นเกิดความไว้วางใจ เกิดการยอมรับ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ดังนั้น ผู้นำที่มีภาวะความเป็นผู้นำ มีความฝันหรือวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และยึดมั่นต่อความฝันของตัวเองอย่างแน่วแน่ มีความมุ่งมั่น ทุ่มเทในแผนงานอย่างต่อเนื่อง รับฟังผู้อื่นอย่างตั้งใจ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม เป็นผู้นำ 360 องศา คือเป็นผู้นำรอบทิศทางรู้จักแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การสร้างภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) เป็นเรื่องที่ทำได้ สามารถฝึกฝนได้ หากมีพรสวรรค์แล้วต้องบวกรพรแสวงด้วย และต้องพัฒนาไปเรื่อย ๆ ไม่สามารถหยุดได้ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่เรียนรู้ไม่จบสิ้น แล้วจะไม่เป็นเพียงหัวหน้าแบบตำแหน่งแต่จะเป็นหัวหน้าแบบผู้นำ มี Mindset, Skillset, Toolset ประกอบกับ Hard Skill, Soft Skill รวมถึงมีการ Reskill และ Upskill จะเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำในที่สุด ผู้นำต้องมาบริหารจัดการภาระงาน จากงานใหญ่เป็นงานเล็ก จากงานเล็กเป็นงานย่อย จากงานย่อยให้มีผู้นำหรือมีผู้รับผิดชอบ ภารกิจงานนั้น ๆ ก็จะประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้ ที่สำคัญคือการเรียนรู้และฝึกฝนจึงจะเกิดภาวะผู้นำอย่างแท้จริงได้ ยิ่งในสถานการณ์ ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) นี้ผู้นำที่มีภาวะความเป็นผู้นำ ควรจะมีมุมมองถึงทุกขนาดองค์การต้องเป็นพันธมิตรในการอยู่ให้รอดได้ในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างหนักหน่วงรวดเร็ว ผกผันอย่างบ้าคลั่ง นั่นคือ สมรภูมิ Disruption สภาวะที่ไม่แน่นอน ไร้อิศทาง (VUCA)

จินตนาการใหม่ ลองนึกภาพใหม่ : Re-Imagine

จินตนาการใหม่ หมายถึง การรื้อของเดิมออกไปแล้วมองใหม่ คิดใหม่ จินตนาการใหม่ เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมโลกปัจจุบันแค่ตามทันก็ยังไม่เพียงพอ แต่ต้องรู้เท่าทันด้วย การที่เราทำอะไรแบบเดิม ๆ ธรรมดา หรือยังไม่ทำอะไร ก็เท่ากับเราไม่ได้อะไร วันนี้เราจึงต้องทำใหม่มากกว่าคนอื่น องค์กรอื่น เราจะไม่พึงพอใจกับการเพียงแค่นี้ แต่เราจะต้องดีที่สุดในทุกการคิดค้นพัฒนา การเจริญเติบโต การบริหาร และการบริการเป็นการคิดให้กว้าง ไกล ลึก ให้เหนือกว่าคนอื่น เตรียมความพร้อมที่จะสร้างวัฒนธรรมในการปรับเปลี่ยนตัวเอง วัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันที่มีลักษณะเป็นการทำงานเป็นทีม ที่ไม่มีรูปแบบมากเกินไป แต่มีวัฒนธรรมของการรับซึ่งกันและกัน ยอมกัน ยอมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง แล้วคุณจะพบว่า การที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล มีจินตนาการเชิงบวก เพื่อเป็นหลักและทิศทางในการบริหาร และถึงเป้าหมายได้ในเวลาอันรวดเร็ว การจินตนาการใหม่เราสามารถทำได้กับทุกเรื่องเพราะไม่มีข้อจำกัด

กั๊ดใด ๆ ที่สำคัญไม่ต้องเสียเงินจินตนาการใหม่ได้ทุกที่ทุกเวลา แต่หากจะให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการจินตนาการก็อาจจะกำหนดกรอบของการจินตนาการให้ครอบคลุมทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นจินตนาการเพื่อชาติ เพื่อสังคม เพื่อองค์กร และเพื่อตนเอง เป็นการสร้างจินตนาการใหม่ให้เป็นเลิศในยุคแห่งความผันผวนและไร้ระเบียบ

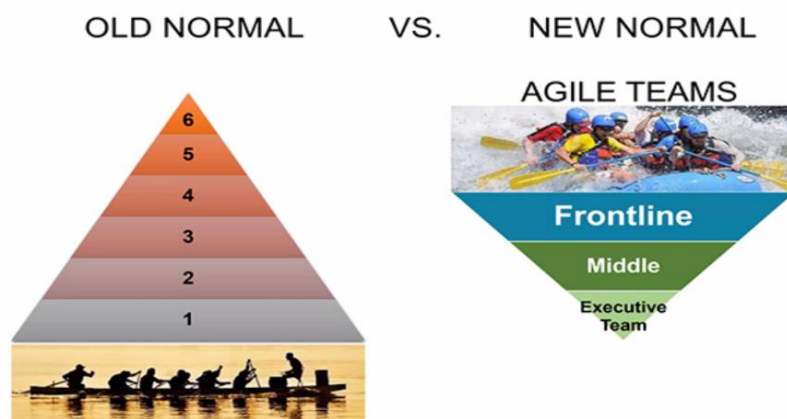
การพัฒนาคุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารในยุคโลกป่วน (Disruptive World)

ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2561) กล่าวถึงเทคนิคการพัฒนาภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำไม่ได้เกิดจากพรสวรรค์ แต่เกิดจากการพัฒนาตัวเองให้เกิดการเรียนรู้ เตรียมความพร้อมเพื่อนำไปใช้กับหน้าที่และบทบาทของตัวเอง อยู่เสมอ การมีภาวะผู้นำที่สมบูรณ์จะต้องประกอบไปด้วยความพร้อมทางด้านองค์ความรู้ การกล้าตัดสินใจ การนำเสนอและการบริหารทีมงานอย่างมืออาชีพ คุณสมบัติการเป็นผู้นำไม่ได้หมายถึงเพียงกล้าแสดงความคิดเห็นเวลาอยู่ในที่ประชุม พูดมากกว่าคนอื่นเสมอ ชอบเสนอหน้าหรือแสดงตนเป็นผู้นำอยู่เสมอ แต่หมายถึงความเหนือกว่าบุคคลอื่นในด้านจิตวิทยา ระบบการคิดวิเคราะห์ การควบคุมอารมณ์ บุคลิกภาพ รวมถึงปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาต่างๆ ถ้าภาวะผู้นำเปรียบเสมือนคุณภาพของผลไม้ กระบวนการในการพัฒนาภาวะผู้นำก็น่าจะหมายถึง การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ที่ดี การคัดเลือกดินที่สมบูรณ์ การรดน้ำพรวนดินอย่างถูกต้อง รวมถึงการกำจัดแมลงที่เป็นศัตรูพืช ดังนั้น การที่เราจะพัฒนาภาวะผู้นำจึงไม่สามารถทำได้โดยตรงที่ผลของต้นไม้ แต่จะต้องพัฒนากระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของผลไม้มากกว่า ถ้าเราจะพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำตามกระบวนการของผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพแล้ว ควรจะปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 5 เทคนิคการพัฒนาภาวะผู้นำ คือ 1.การหาเมล็ดพันธุ์ สิ่งแรกต้องทำในการพัฒนาภาวะผู้นำคือ การหารูปแบบ ตัวอย่าง (Model)หรือสไตล์ผู้นำที่เราชอบและต้องการ ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จ บุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ ก่อน 2.การหาดิน เมื่อพบตัวตนของตัวเองแล้วว่า ต้องการมีภาวะผู้นำแบบไหน ควรพาตัวเองเข้าไปคลุกคลีกับ ผู้คน กิจกรรม เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรม วิธีการให้เกิดความเข้าใจและเข้าถึง ความสำคัญของการมีตัวตนในแบบผู้นำที่ดี 3.การรดน้ำพรวนดิน คือการพัฒนาตัวเอง ฝึกฝน แก้ไข หาข้อดี ข้อเสีย ฝึกสร้างวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานรวมถึงนำมาปรับใช้กับทีมงานของตัวเอง ประเมินผลที่เกิดขึ้น หากยังไม่ดีพอค่อยหาวิธีใหม่ โดยการเพิ่มการเรียนรู้เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่มากขึ้นรวมถึงความกล้าในการริเริ่มและการตัดสินใจอย่างเฉียบขาด 4.การกำจัดแมลงศัตรูพืช ค้นหาข้อด้อยของตัวเอง เพื่อเปลี่ยนเป็นข้อเด่น เช่น เป็นคนขาดความมั่นใจในตัวเอง อันเนื่องมาจากความคิดในใจที่เราสร้างขึ้นมาเอง คิดว่าคนอื่นเก่งกว่า ทำได้ดีกว่า ฝึกตัวเองให้มีความเชื่อมั่นในตัวเอง ปรับวิธีคิด ความรู้ใหม่ๆ บุคลิกภาพ การพูด เพื่อลบข้อด้อยที่เป็นเหมือนอุปสรรคทำให้ขาดการพัฒนาตัวเองได้น้อยลง 5.การพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ นอกจากการพัฒนาตัวเองให้มีศักยภาพเชิงผู้นำแล้ว สิ่งสำคัญจะต้องสามารถนำศักยภาพที่มีตัวเองไปพัฒนาผู้อื่น เช่น ลูกน้อง ทีมงาน ให้มีคุณภาพด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารพนักงานในระดับต่างๆ การจัดการปัญหาให้ผ่านไปด้วยความราบรื่น รวมถึงการถ่ายทอดประสบการณ์แก่ผู้นำสายพันธุ์ใหม่และการตามเทรนด์ของโลกให้ทัน เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พรทิพย์ อัยยิมพันธ์ (2563) กล่าวถึง ผู้นำยุคใหม่ ยุคโควิด ว่า ผู้นำต้องสร้างทุกคนให้เป็นผู้บริหาร ผู้นำไม่ใช่คนสั่งกำกับควบคุม แต่เป็นคนดึงศักยภาพพนักงาน ผู้นำไม่ใช่จรรยาแต่เป็นผู้สร้างจรรยา- ความท้าทายใหม่ในหลายมิติ และผู้นำแบบไหนที่จะเหมาะสม จัดการกับสิ่งปกติใหม่ (New Normal) องค์การยุคใหม่ที่ต้องก้าวให้ทันความเร็วของการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจ มองคำตอบต้องปรับองค์การให้มีวัฒนธรรมแบบ “Agile” ทำงานแบบคล่องตัว ลดโครงสร้างตำแหน่ง และผู้นำในวัฒนธรรมนี้ไม่ใช่คนสั่งการผ่านวิสัยทัศน์ความสามารถของตนเองคนเดียว แต่เป็นผู้ดึงศักยภาพพนักงานทุกคนออกมา- ลดลำดับตำแหน่งในองค์การลง ทำให้โครงสร้างการบริหารราบลงมากขึ้น แต่ละคนไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะของตนเองเท่านั้น แต่สามารถช่วยเหลือกันเป็นทีม ทำงานหลายอย่าง



ภาพ 1 เปลี่ยนโครงสร้างการบริหารองค์การเป็นแบบ Agile รับโลกยุค

(multitask) พร้อมๆ กันได้ ความท้าทายสำคัญของโลกธุรกิจยุคนี้คือ “ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว” กว่าเดิมมาก พฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนและต้องการความเข้าใจมากกว่าเดิม ไปจนถึงเรื่องการปฏิรูปทางดิจิทัลที่มีผลกระทบ ทำให้ต้องเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของกลุ่ม “ผู้นำ” องค์การ เพื่อจะนำพาองค์การให้ก้าวทันความเร็วเหล่านี้ เมื่อองค์การบริหารแบบ Agile ความเป็นผู้นำแบบเดิม ๆ ก็จะเปลี่ยนไปเช่นกัน เพราะคนที่สำคัญที่สุดคือพนักงานระดับ frontline หัวหน้าหรือผู้นำไม่ใช่คนที่ใช้ความสามารถของตัวเองและสั่งการลงมา แต่เป็นคนที่ทำให้พนักงาน frontline ดึงศักยภาพของตัวเองออกมาใช้ให้มากที่สุด โดยชี้ให้เห็นความต่างของผู้นำยุคเก่าสู่ยุคใหม่ 5 ข้อ ดังนี้ 1.ความเป็นผู้นำมิได้วัดกันที่ “ชื่อตำแหน่ง” แต่เป็น “ผลลัพธ์และงานที่ทำให้องค์การ” 2.ไม่ดูความเป็นผู้นำจาก “งานที่ได้รับมอบหมาย” แต่เป็น “ตัวตนคุณลักษณะ” 3.ผู้นำไม่ใช่ “ช่างเครื่อง” ที่รวบรวมสิ่งที่มีอยู่แล้วมาสร้างเครื่องยนต์ แต่เป็น “คนทำสวน” ที่ปลูกสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาให้เติบโต 4.ผู้นำไม่ใช่ “ผู้ควบคุมสั่งการ” แต่เป็น “ผู้ปลดปล่อยความสามารถ” ให้กับพนักงาน 5.ผู้นำไม่ได้ทำหน้าที่ “ปิดจุดอ่อน” แต่ทำหน้าที่ “สร้างศักยภาพใหม่ ๆ” ให้กับองค์การในเว็บไซต์ Siam Commercial Bank of Thailand (2563) ได้กล่าวถึง ผู้นำต้องเป็นแบบไหนในยุค New Normal ว่า ความไม่แน่นอน ความเปลี่ยนแปลง และความปกติใหม่หรือ New Normal คือสิ่งที่ทุกองค์การหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้นำควรคุณลักษณะ 1.Embracing the New Normal ในช่วงวิกฤต COVID-19 และ New Normal ผู้นำควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานว่า แม้ว่าภาวะปกติใหม่จะเป็นสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม แต่ความแตกต่างนี้ไม่ใช่สิ่งที่น่ากลัว การ

เปิดรับจะทำให้ผู้นำสามารถกำหนดจุดยืนขององค์กรใหม่ได้อีกครั้ง 2.Learning by sharing เปลี่ยนกลยุทธ์ จากความต้องการที่จะเอาชนะคู่แข่งมาเป็นการสร้างพันธมิตรเพื่อช่วยกันกอบกู้ธุรกิจในภาพรวม 3.Over-communicating การสื่อสารมีบทบาทมากขึ้นหลายเท่า และผู้นำจะต้องสื่อสารกับพนักงานให้มากขึ้นกว่าเดิม 4.Being positive, but not sugarcoating ไม่ว่าในสถานการณ์ใด ผู้นำควรมีทัศนคติในแง่บวกเสมอ 5.Empowering people ควรส่งเสริมและสนับสนุนพนักงานในการแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการ แก้ปัญหา การรับฟังข้อเสนอแนะของพนักงานด้วยความตั้งใจ 6.Shifting in perspective ผู้นำจะต้องกล้า เปลี่ยนแปลงมุมมองของตนเอง มุมมองทางความคิดเปิดกว้าง การจัดการกับอารมณ์และความท้าทาย

วิเลิศ ภูริวัชร (2563) กล่าวถึง ทักษะผู้นำ อะไรควร-ไม่ควรทำ ในยุค New Normal ฝ่า Covid-19 DOs & DON'Ts ว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นอีกหนึ่งจุดเปลี่ยนสำคัญในการขับเคลื่อนผู้คน และ สังคมไปสู่ความปกติใหม่ หรือ New Normal อะไรคือทักษะที่ผู้นำในยุคฝ่าโควิด-19 “ต้องมี” เพื่อรับมือกับ โลกในยุค New Normal และอะไรคือสิ่งที่ผู้นำ “ต้องหลีกเลี่ยง” คำตอบเป็นหลักคิด 5L และ 4S ดังนี้ 5L ทักษะผู้นำที่ควรมีในยุค New Normal คือ 1.Lean ผู้นำต้องทำให้องค์การมีศักยภาพและตอบโจทย์ธุรกิจ 2.Learn ผู้นำต้องสามารถเรียนรู้และปรับตัวจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจยังขับเคลื่อนได้ 3.Linkage ในโลกธุรกิจไม่มีใครสามารถจะอยู่รอดหรือเติบโตได้เพียงลำพัง ผู้นำที่ดีจึงต้องมีความสามารถในการสร้าง Connection 4.Liquidity หรือการรักษาและเพิ่มสภาพคล่องให้กับธุรกิจ 5.LongTerm การรับมือ ต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และแนวคิด 4S จริตที่ผู้นำดี ๆ ต้อง Say No คือ 1.Selfish ผู้นำที่เห็นแก่ตัว รักษาแต่ผลประโยชน์ของตัวเอง หรือคำนึงเพียงแค่อำนาจและองค์กรตนเอง 2.SelfCenter ผู้นำต้องไม่ยึด ตัวเองเป็นศูนย์กลางจักรวาล ต้องเปิดรับและรับฟังความคิดจากรอบด้าน 3.Static ผู้นำต้องไม่ยึดติด ไม่อยู่นิ่ง แต่สามารถปรับตัวและมีพัฒนาการตลอดเวลา 4.Stupid ผู้นำต้องฉลาด เพื่อให้สามารถเลือกทางแก้ปัญหาที่ สร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพมากกว่า และมีความรู้ความเข้าใจอย่างรอบด้าน

อริญญา เกลิงศรี (2563) กล่าวถึง “ภาษาใหม่ของผู้ผู้นำ” ภาวะผู้นำที่จำเป็นในการต่อกรกับ DISRUPTION ว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและฉับพลัน ทั้งเศรษฐกิจ การพัฒนาสินค้าและบริการ หรือ แม้แต่ความต้องการลูกค้าในยุค Disruptive ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกวัน ทำให้ทุกองค์กรต้องหันมา วิเคราะห์สถานการณ์ของตนเองเพื่อปรับมุมมอง เปลี่ยนกลยุทธ์ และความคิดในการบริหารงาน เพื่อให้พลิก เกมทันกับความเปลี่ยนแปลงอันร้ายแรงของโลก และเพื่อไม่ให้ถูกกลืนกินโดยบริษัทคู่แข่งจากอุตสาหกรรม เดียวกันและอุตสาหกรรมอื่นที่พร้อมกระโดดเข้ามาแข่งขันได้ทุกเมื่อจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ คำตอบของการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน ท่ามกลางโลกที่เกิดเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันตลอดเวลา ดังเช่นใน ปัจจุบันนี้ คือ การที่องค์กรสามารถนำการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ มาใช้ให้เกิดเป็นโอกาสและสามารถใช้ประโยชน์ จากโอกาสนั้นๆ ได้อย่างคุ้มค่าที่สุด โดยเริ่มต้นจากผู้นำองค์กร ซึ่งจะต้องเป็นคนพร้อมเปลี่ยนแปลงและมีความสามารถในการปรับตัวเท่านั้น จึงจะสามารถนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จและเติบโตขึ้นอย่างก้าว กระโดด และไม่ติดอยู่ในกับดักของยุค Disruptive “ภาษาใหม่” คือ ทางออก ที่ ”ผู้นำ“องค์กรสายพันธุ์ใหม่ ต้องรู้ในโลกที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ปัจจัยต่างๆ เกี่ยวเนื่องกันมากขึ้น หากอยากจะ รั้งตำแหน่งผู้นำในธุรกิจ

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

หรือการมีตัวตนอยู่รอดในโลกธุรกิจนั้น ต้องไม่ใช่แค่รู้ว่าคู่แข่งคือใคร ส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่เท่าไร เทรนด์โลกหรือเทรนด์ผู้บริโภคเปลี่ยนไปทางไหนเท่านั้น แต่ต้องตระหนักรู้อยู่เสมอว่า โลกเปลี่ยนทุกวินาที หากอยากจะเป็นผู้นำ ต้องไม่ย่ออยู่กับที่ ต้องหาวิธี หาแนวทางใหม่ๆ สิ่งสำคัญกว่าความไว คือ ต้องเข้าใจ “ภาษาใหม่” ที่พร้อมสยบคลื่นสึนามิที่ถาโถมเข้าใส่ธุรกิจในยุค Disruption สิ่งนั้นก็คือ “THE NEW LANGUAGE OF LEADERSHIP” ที่ไม่ใช่เรื่องของเครื่องมือทางการตลาดหรือการขาย หากแต่เป็นภาวะผู้นำรูปแบบหนึ่งซึ่งคือแนวทางความคิดหรือทัศนคติของผู้นำองค์กร ในรูปแบบของ How-to ที่ทำให้อ่านทุกเกมได้ขาดและเหนือชั้นที่สุด โดยได้รับการพิสูจน์จากผู้นำองค์กรระดับโลกแล้วว่า นำมาใช้ได้เห็นผลจริง ด้วยเทคนิคที่สำคัญที่สุด นั่นคือ “Ability to understand” กับการที่ผู้นำต้องมีทักษะที่จะทำ ความเข้าใจ” แบบหยั่งรู้ถึง “ความรู้สึกละเอียดงอแง” และมี “Ability to speak” หรือความสามารถที่พูดออกไปได้อย่างแท้จริง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความสามารถในการนำข้อมูลที่ได้จากการทำความเข้าใจสื่อออกไป หรือนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างตอบโจทย์ ซึ่งทั้ง 2 เทคนิคนี้สามารถเปลี่ยนองค์กรที่กำลังเผชิญปัญหา พลิกองค์กรสู่การเติบโตอย่างก้าวกระโดดและความก้าวล้ำแบบ Stay ahead of the game ได้

ในเว็บไซต์ bemanagementcoach (2563) ได้กล่าวถึง ผู้นำ 3 มิติ หนทางรอดในยุค Disruption กับการใช้ทักษะการโค้ช ว่า ผู้นำ ในยุคนี้ต้องใช้ ทักษะการโค้ช เป็นเครื่องมือในการเร่ง พัฒนาภาวะผู้นำ ของตน ส่งผลที่ดีไปยังคนรอบข้าง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ระดับองค์กร และใช้กระบวนการโค้ช เพื่อดึงศักยภาพของผู้บริหาร หรือที่เรียกกันว่า Executive Coaching การโค้ชผู้บริหาร นั้นเอง เพื่อก้าวข้ามความท้าทายที่ผู้นำกำลังเผชิญในปัจจุบันโลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ผู้นำ ต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ ให้เร็วขึ้น ดีขึ้น ด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตลอดเวลา หากไม่ปรับตัว อาจเกิดความล้มเหลว ทั้งในแง่ตัวบุคคล (ตงงาน) และธุรกิจที่ล่มสลาย หายไปในพริบตา ดังนั้น ความท้าทายที่ ผู้นำ กำลังเผชิญในปัจจุบันนี้ จึงมี 3 เรื่องหลัก ได้แก่ การนำตนเอง การนำผู้อื่น และการนำองค์กร ให้อยู่รอดได้ในยุคนี้ เราทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้นำ หรือ ผู้บริหารองค์กร กำลังตกอยู่ภายใต้สภาวะ VUCA (วูก้า) คำนี้เป็นคำศัพท์ที่มีที่มาจากวงการทหาร ซึ่งย่อมาจาก Volatility การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ฉับพลัน Uncertainty ข้อมูลและผลลัพธ์ที่ไม่ชัดเจน Complexity ตัวแปรมากมายที่เกี่ยวข้องกัน และความไม่รู้ Ambiguity ขาดความชัดเจนในความหมายหรือความสำคัญของเหตุการณ์ต่าง ๆ ผู้นำ ที่เก่งต้องหาโอกาสอย่างแข็งขัน ในการฝึกฝนตนเองและเรียนรู้ภายใต้สภาวะ VUCA นี้ให้ได้ การโค้ชผู้บริหาร มีมุมมองในการพัฒนาผู้นำอยู่ 3 มิติ ได้แก่ มองเข้าไปข้างใน (Look Inward) มองออกไปข้างนอก (Look Outward) มองไปข้างหน้า (Look Forward)

ในเว็บไซต์ thaiwinner (2563) ได้กล่าวถึง ภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลคืออะไร (Digital Leadership) ว่า ภาวะผู้นำในยุคดิจิทัล หมายถึงทักษะและกรอบความคิดที่จะเอื้ออำนวยให้บุคคลหรือองค์กรนำพาสมาชิกอื่นในองค์กรให้สามารถอยู่รอดในยุคดิจิทัลได้ ความแตกต่างหลักระหว่างภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลและภาวะผู้นำทั่วไปมีอยู่สามอย่างได้แก่ 1.ทิศทางในยุคดิจิทัล นอกจากเป็นทิศทางที่จะต้องถูกพิจารณาและพัฒนาอย่างต่อเนื่องแล้ว ผู้นำจำเป็นที่จะต้องลงมือทำเอง 2.ความเร็วในการเปลี่ยนแปลง ผู้นำในยุคดิจิทัลต้องรู้จักวิธี

ปรับตัวพัฒนาองค์กรตลอดเวลา 3.การเตรียมพร้อมและการตอบโต้ เนื่องจากว่าเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นได้เร็วมาก ผู้นำในยุคดิจิทัลต้องเตรียมตัว เตรียมพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเสมอ ทักษะที่ผู้นำในยุคดิจิทัลควรมี เพื่อที่จะ ‘พัฒนาภาวะผู้นำในยุคดิจิทัล’ ทักษะที่องค์กรต้องพิจารณากัน 1.การเรียนรู้ และเรียนรู้ใหม่ (Learning and Re-Learning) การที่จะผลักดันให้องค์กรสามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีใหม่ๆได้นั้น ผู้นำต้องรู้จักที่จะเรียนรู้อยู่เสมอ แต่ความท้าทายหลักของการเรียนรู้ก็คือเทคโนโลยีแต่ละชนิดมีอายุการใช้งานน้อยลงเรื่อย ๆ หมายความว่าความรู้หรือทักษะที่เรียนรู้ในปัจจุบัน อาจจะสูญเสียคุณค่าภายใน 5 ปี 10 ปี ในกรณีนี้ผู้นำก็ต้องรู้จักที่จะเรียนรู้ใหม่ และกล้าที่จะทิ้งสิ่งเก่าๆที่เคยเรียนรู้มา 2.ตัดสินใจด้วยข้อมูลดิจิทัล (Data driven decision making) ยุคดิจิทัลทำให้องค์กรสามารถเข้าสู่ข้อมูลได้เยอะมากขึ้น ผู้นำในยุคดิจิทัลต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลและนำข้อมูลมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ 3.ทดสอบ ทดลอง (Experiment) หากข้อมูลถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในยุคดิจิทัล ‘การทดสอบ ทดลอง’ ก็คือวิธีหาข้อมูลในทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญเช่นกัน เป็นที่รู้กันอยู่ว่าการทำธุรกิจหลายครั้งต้องตัดสินใจในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน แต่ผู้นำในยุคดิจิทัลต้องสามารถหาข้อมูลที่ไม่เคยมีมาก่อนได้ด้วย และการหาข้อมูลเข้ามาในรูปแบบของการทดสอบ-ทดลอง โดยความท้าทายก็คือการหาข้อมูลที่ชัดเจนที่สุดด้วยค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด 4.การบริหารบุคลากรในยุคดิจิทัล การเปลี่ยนองค์กรให้สามารถรองรับ ‘การทดสอบ ทดลอง’ ได้มากขึ้น องค์กรจำเป็นที่จะต้องปรับวัฒนธรรมและวิธีการบริหาร หมายความว่ากระบวนการหลาย ๆ อย่างที่องค์กรทำเพราะง่าย ประหยัดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลา องค์กรก็ต้องกลับมาพิจารณาอีกรอบว่ากระบวนการเหล่านี้มีความเหมาะสมหรือเปล่า แปลว่าองค์กรต้องสนับสนุนให้พนักงานกล้าที่จะทำอะไรที่แตกต่าง กล้าที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ทุกส่วนขององค์กรสามารถถูกทดสอบทดลองได้ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เทคโนโลยีและ ‘คนรุ่นใหม่’ เป็นสองสิ่งที่ถูกนำมาเชื่อมโยงกันมากขึ้น หลายองค์กรผลักดันให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้วยการจ้างคนรุ่นใหม่เยอะขึ้น แต่องค์กรที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างแท้จริงก็คือองค์กรที่พนักงานทุกคน ทุกรุ่น ทุกแผนก และทุกอายุสามารถปรับเปลี่ยนไปด้วยกัน หมายความว่าผู้นำในยุคดิจิทัลต้องสามารถปรับทุกส่วนในองค์กรให้รองรับโลกดิจิทัลให้ได้ บางครั้งอาจจะมาในรูปแบบการจัดฝึกอบรมพนักงาน บางครั้งอาจจะมาในรูปแบบการให้คนรุ่นใหม่ขึ้นมาอยู่ตำแหน่งสูง แต่ทุกครั้งต้องมีผู้บริหาร ผู้นำในองค์กรเข้าร่วมด้วยเสมอ

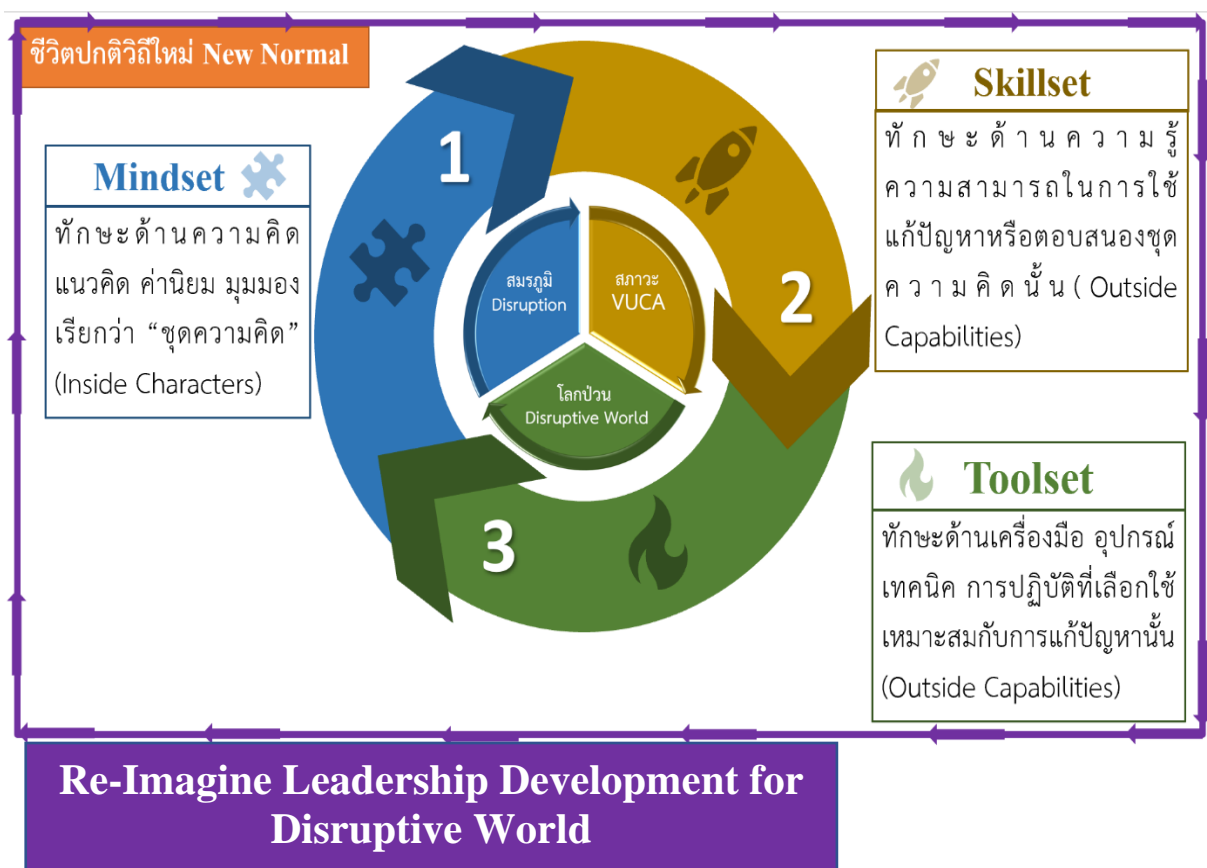
สรุป

เห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงในยุคปัจจุบัน ยุคโลกปั่น (Disruptive World) เกิดนวัตกรรมแบบพลิกฟ้าพลิกแผ่นดิน (Disruptive Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงที่ทำให้สิ่งเดิม ๆ ที่มีอยู่บางสิ่งบางอย่างต้องหายไป โลกเปลี่ยนทุกวินาที คนที่ย่ำอยู่กับที่มีแต่สูญพันธุ์ ถึงเวลาแล้วที่เราต้องย้อนอดีตมองปัจจุบัน สู่อนาคตใหม่ จินตนาการใหม่หรือลองนึกภาพใหม่ (Re-Imagine) ภาวะผู้นำในโลกยุคใหม่ ที่จะต้องพัฒนาให้รอบด้านในทุกมิติ เป็นผู้นำที่มีภาวะผู้นำหรือมีภาวะความเป็นผู้นำ 360 องศา เป็นผู้นำแกนกลาง เป็นผู้นำที่ไม่ใช่คนสั่งการ กำกับควบคุม แต่เป็นผู้นำที่จะต้องดึงศักยภาพบุคลากร ต้องสร้างทุกคนให้เป็นผู้บริหาร มีทักษะผู้นำในยุค New Normal มีภาษาใหม่ของการเป็นผู้นำในการต่อกรกับ Disruption

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ด้วยการเข้าใจแบบหยั่งรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น กลัวได้แต่ไม่ต้องตกใจ เข้าใจ Digital Disruption ไม่ใช่เป็นการทำลายล้างแต่เป็นการสร้างโอกาสเพื่อความสำเร็จใหม่ในยุคดิจิทัล ใช้ทักษะการโค้ชคือเก่งคิด เก่งคน เก่งโค้ช มี Mindset, Skillset, Toolset ประกอบกับ Hard Skill, Soft Skill รวมถึงมีการ Reskill และ Upskill ภาวะผู้นำเป็นทั้งพรสวรรค์และพรแสวง ที่สำคัญคือการเรียนรู้และฝึกฝน จึงจะเกิดภาวะผู้นำอย่างแท้จริง ซึ่งการจินตนาการใหม่เราสามารถทำได้กับทุกเรื่องเพราะไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลาทั้งการเชื่อมต่อใหม่และจินตนาการใหม่) Reconnect and Reimagine (“ไม่เคยมีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นจากการทำสิ่งเดิม ๆ หากต้องการอะไรใหม่ ๆ ในชีวิต ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ” เมื่อก่อนปลาใหญ่กินปลาเล็ก ปัจจุบันนี้ ปลาเร็วกินปลาช้า ปลา Online กินปลา Onsite แต่ในสถานการณ์นี้ทุกขนาดองค์กรต้องเป็นพันธมิตรในการอยู่(ให้)รอดได้ในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างหนักหน่วงรวดเร็ว ผกผันอย่างบ้าคลั่ง นั่นคือ สมรรถุิ Disruption สภาวะ VUCA ดังภาพ 2



บรรณานุกรม

กฤติยา จันทรเสนา. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. (2554). การสื่อสารในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรงค์วิทย์ แสนทอง .(2561). 5 เทคนิคการพัฒนาภาวะผู้นำ. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh6e3> ตูลา มหาพสุธานนท์. (2554). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : พี เอ็น เค แอนด์ สกาย พรินต์ติ้งส์.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2559). Modern Management การจัดการสมัยใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- พรทิพย์ อัยยิมาพันธ์. (2563). นิยาม “ผู้นำ” ยุคใหม่ ไม่ใช่คนสั่งกำกับควบคุม แต่เป็นคนดึงศักยภาพพนักงาน. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh7fi>
- พรทิพย์ อัยยิมาพันธ์. (2563). บทบาท “ผู้นำ” ยุคโควิด “ต้องสร้างทุกคนให้เป็นผู้บริหาร”. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh7hu>
- ภาวดี อนันต์นาวิ. (2555). หลักการแนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. ชลบุรี: มนตรี.
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2554). การจัดการองค์การและการบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล).2556). ภาวะผู้นำ ทฤษฎี การวิจัย :และแนวทางสู่การพัฒนา. กรุงเทพฯสำนักพิมพ์ : แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเลิศ ภูริวัชร. (2563). 'ทักษะผู้นำ' ฝ่า Covid-19 DOs & DON'Ts. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh7qm>
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2557). ภาวะผู้นำทฤษฎี :และนันททัศน์ร่วมสมัยปัจจุบัน. กรุงเทพฯ :ทิพย์วิสุทธิ์.
- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2552). ภาวะผู้นำในประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา หน่วยที่ 5-8. พิมพ์ครั้งที่ 9. นนทบุรี: สุวีริยาสาส์น.
- อริญญา เกลิงศรี. (2563). “ภาษาใหม่ของผู้นำ ภาวะผู้นำที่จำเป็นในการต่อกรกับ ”DISRUPTION. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh7qm>
- อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์จันทิก. (2559). “ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: เปลี่ยนความท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน”. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 9 ฉบับที่ 21 ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2559, น. 845-860
- Bemanagementcoach. (2563). ผู้นำ 3 มิติ หนทางรอดในยุค ..Disruption กับการใช้ ทักษะการโค้ช เพื่อก้าวข้ามความท้าทาย. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh835>
- Thaiwinner. (2563). ภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลคืออะไร (Digital Leadership). สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh84s>
- Siam Commercial Bank of Thailand. (2563). ผู้นำต้องเป็นแบบไหนในยุค New Normal. สืบค้น มีนาคม 30, 2564, จาก <http://gg.gg/uh84s>

การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัด
เพชรบูรณ์

Creation Online Media for Public Relations Cultural Tourism Places:

A Case Study of Lom Sak Phetchabun Province

นริสรา ขำยิ่งเกิด¹ กานติมา สร้อยสัตย์²

รัฐธรรมนุญ เรืองศรี³ ชลลดา ม่วงธัญ⁴

วิมลวรรณ วงศ์ศิริ⁵ เอ็ม สายคำหน่อ⁶

ศุภรัตน์ แก้วเสริม⁷ กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย⁸

Narisara Khamyingkerd¹, Kantima Sroisat²,

Ratthathammanoon Ruangsri³, Chonlada Muangthanang⁴,

Wimonwan Wongsiri⁵, Em Saikamnor⁶,

Suparat Kaewsrem⁷, Kankulnat Peerachaakkarachai⁸

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Author for Correspondence: Email kankulnat.pee@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ และ2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ นำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูป ซึ่งประกอบด้วยตัวอักษร ภาพ เสียงและวิดีโอ ที่สามารถใช้สมาร์ตโฟนหรือคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลในรูปแบบสื่อออนไลน์ได้ ผลการประเมินความพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: สื่อออนไลน์, สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เพชรบูรณ์

Received:24/05/64, Revised:12/06/64, Accepted:14/06/64

Abstract

The purpose of this research were 1) Creation Online Media for Public Relations Cultural Tourism Places a Case Study of Lom Sak Phetchabun Province and 2) a Study of the Satisfaction on the Creation of an Online Media to Promote Cultural Tourism a Case Study of Lom Sak Phetchabun Province. The sample used in this study was the general activity of 100 people using the target accidental sampling selection. The tool used in the study includes online media for public relations and the satisfaction assessment form. The data were analyzed by using the percentage, mean and standard deviation.

The results showed that Online Media for Public Relations Cultural Tourism Places : A Case Study of Lom Sak Phetchabun Province featured on Websites, Facebook and Youtube, featuring text, images, sound and video. That can be used by smartphones or computers to link to information in online media formats. The satisfaction of the online media for public relations cultural tourism places a case study of Lom Sak Phetchabun Province. The overall picture is at a high level.

Keywords: Online Media; Cultural Tourism Places; Phetchabun

บทนำ

การใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก ในยุคสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารที่ข้อมูลต่าง ๆ สามารถค้นหาข้อมูล แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างหลากหลายรูปแบบได้อย่างสะดวกในชีวิตประจำวัน จึงทำให้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีการพัฒนาและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้มีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ของสื่อออนไลน์ต่าง ๆ กันมากขึ้น เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูบ จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในช่องทางการประชาสัมพันธ์ก่อให้เกิดรูปแบบการสื่อสารในลักษณะเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมในลักษณะตามพฤติกรรมในการเปิดรับสาร ที่ใช้เพื่อการเช็คอินสถานที่ท่องเที่ยว ถ่ายรูปและแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอที่สวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้ผู้ติดตามสามารถดูและแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสื่อสารไร้สายได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรม การสื่อสารในสังคมจึงส่งผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสารของกลุ่มเป้าหมายได้ ในขณะที่สื่อออนไลน์ (Online Media) มีบทบาทกับสังคมปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ซึ่งมีอยู่มากมายนี้ มีทั้งข้อมูลจริง ข่าวลือ และ ข่าวลวง เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีสื่อใหม่ (New Media) อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โลก ยูทูบ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ซึ่งนอกจากจะเพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังมีบทบาทในการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้นสื่อออนไลน์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนพฤติกรรมและการเสพข้อมูลข่าวสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน (สุดที่วัล สุขใส, 2558) ดังผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2563 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2563) กล่าวว่า ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบมากขึ้นในแต่ละปี กิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงการทำธุรกรรมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมเติบโต มาจากพฤติกรรมของคนไทยที่มีการปรับเปลี่ยนกับการใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น และต้องเผชิญกับสถานการณ์กับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลให้มีการใช้เครื่องมือดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร การทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยให้เห็นพฤติกรรมความเปลี่ยนแปลงในปี 2563 ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยจำนวน 11 ชั่วโมง 25 นาทีต่อวันหรือเกือบครึ่งวัน การใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา ช่องทางสื่อออนไลน์ที่นิยมใช้กันได้แก่ เฟซบุ๊ก คิดเป็น 98.2% ยูทูบ คิดเป็น 97.5% และไลน์ คิดเป็น 96% ซึ่งรูปแบบกิจกรรมการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งเพื่อการติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง การซื้อสินค้า การทำธุรกรรมและการศึกษาหาความรู้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนไทยที่มีความพร้อมเข้าสู่ออนไลน์กันมากขึ้น

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงความหลากหลายทางด้านกลุ่มชาติพันธุ์วิถีชีวิตพื้นถิ่น ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรที่เป็นรากฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่ไม่อาจประเมินค่าได้ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวและสถานศึกษาในระดับต่าง ๆ ที่ต้องการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรม

การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นเครื่องมือสิ่งสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีของผู้คนในท้องถิ่น และยังเป็นการสืบสานวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ให้ธำรงรักษา รวมทั้งคงได้รับการอนุรักษ์สืบสานต่อไป อีกทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกทางหนึ่ง

จากการศึกษาข้อมูลผู้ใช้พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของคนไทยมีสถิติเพิ่มขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลได้ปฏิวัติการติดต่อสื่อสารให้รวดเร็วและทันสมัยขึ้น ถือเป็นปัจจัยที่ห้าของคนในยุคปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา ได้จากทั่วทุกมุมโลก ทุกที่ ทุกเวลาและประหยัดค่าใช้จ่าย (สุพรรณษา ธนาอุยกุลและสุมาลี สว่าง, 2561) ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อนำทุนทางวัฒนธรรมด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจและความสนใจกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโอกาสอันดีของนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงข้อมูลหลากหลายช่องทางผ่านสื่อออนไลน์ในการตัดสินใจ และการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานการใช้สื่อออนไลน์ จึงเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางในการติดตามข้อมูลข่าวสารสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งนอกจากรายได้อาชีพหลัก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 100 คน
2. ตัวแปรที่ศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรต้น คือ สื่อออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูป
 - 2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.1 สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูป

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

3.2.1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

3.2.2 สอบถามความพึงพอใจในการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

3.2.3 สอบถามความพึงพอใจในการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

3.2.4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะแบบปลายเปิด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์แบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติที่สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ผลของค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

5. การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

5.1 คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการถ่ายภาพและถ่ายวิดีโอสำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

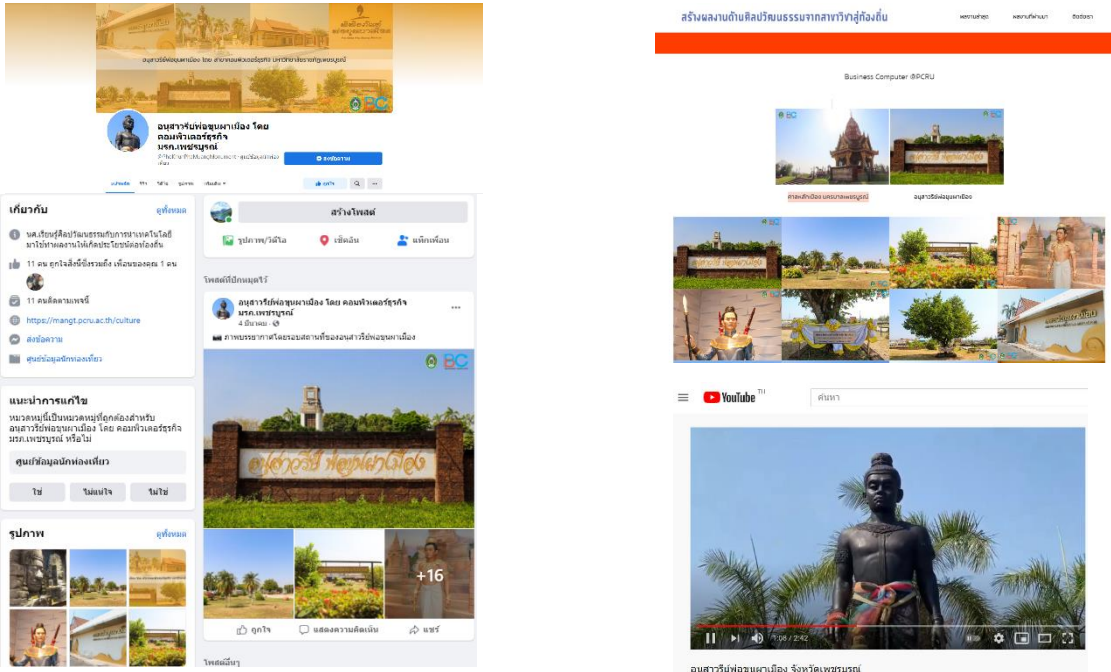
5.2 สร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูป โดยมีการนำเสนอในรูปแบบสื่อออนไลน์ด้วยตัวอักษรรูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสื่อออนไลน์ที่นำเสนอสามารถใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ตหรือสมาร์ตโฟนเพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลในรูปแบบสื่อออนไลน์ได้ เพื่อการรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

5.3 ประเมินการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 100 คน

5.4 ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ทดลองใช้สื่อออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูป จำนวน 100 คน

ผลการวิจัย

1. การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้



ภาพที่ 1 สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ความพึงพอใจการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

รายการ	เฟซบุ๊ก (Facebook)		ยูทูป (Youtube)		เว็บไซต์ (Website)	
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.
1. ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวได้เหมาะสม	4.23	0.53	4.11	0.62	4.09	0.70
2. การเข้าถึงข้อมูลและการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.19	0.56	4.01	0.75	4.00	0.77

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

รายการ	เฟสบุ๊ก (Facebook)		ยูทูป (Youtube)		เว็บไซต์ (Website)	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
3. การใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	4.06	0.69	4.11	0.67	4.22	0.72
4. การจัดวางเนื้อหาช่วยให้อ่านง่ายสบายตา	4.01	0.77	3.94	0.74	4.13	0.69
5. รูปแบบ ขนาด สีของข้อความ เหมาะสมและสวยงาม	4.09	0.70	4.00	0.74	4.22	0.61
6. สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น	4.06	0.66	3.92	0.76	4.09	0.74
เฉลี่ยรวม	4.11	0.66	4.02	0.71	4.13	0.71
เฉลี่ยโดยรวม					4.08	0.70

จากตารางที่ 1 ผลการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.08, SD. = 0.70) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวได้เหมาะสมผ่านสื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.23, SD. = 0.53) รองลงมาการใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสมผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.22, SD. = 0.72) รูปแบบ ขนาด สีของข้อความ เหมาะสมและสวยงามผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.22, SD. = 0.61) การเข้าถึงข้อมูลและการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านสื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.19, SD. = 0.56) การจัดวางเนื้อหาช่วยให้อ่านง่ายสบายตาผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.13, SD. = 0.69) และสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้นตามผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.09, SD. = 0.74) ลำดับ

3. ความพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์

รายการ	เฟสบุ๊ก (Facebook)		ยูทูป (Youtube)		เว็บไซต์ (Website)	
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.
1. ช่วยในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ	4.24	0.47	4.12	0.61	4.10	0.69
2. ช่วยในการกระจายข่าวสาร	4.20	0.55	4.03	0.73	4.02	0.75

รายการ	เฟสบุ๊ก (Facebook)		ยูทูป (Youtube)		เว็บไซต์ (Website)	
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.
3. สร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ	4.10	0.67	4.11	0.67	4.25	0.69
4. ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่	4.03	0.67	3.99	0.73	4.15	0.67
5. ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยภาพรวม	4.10	0.69	4.02	0.72	4.23	0.60
เฉลี่ยรวม	4.13	0.64	4.04	0.69	4.15	0.68
	เฉลี่ยโดยรวม				4.11	0.67

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.11, SD. = 0.67) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.25, SD. = 0.69) รองลงมาช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจผ่านสื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.24, SD. = 0.47) ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยภาพรวมผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.23, SD. = 0.60) ช่วยในการกระจายข่าวสารผ่านสื่อเฟสบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.20, SD. = 0.55) ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่ผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.15, SD. = 0.67)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้สถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่าย สะดวกในการติดตามและเผยแพร่ ซึ่งสอดคล้องกับสมเจตน์ ผิวทองงามและคณะ (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่าความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการรวมกลุ่ม งานกิจกรรมและการปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่ลดลง เพราะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารแบบสังคมออนไลน์มากขึ้นและสอดคล้องกับวิภาคณัฐ์ นิमितพันธ์และศิริจันทรา พลกนิษฐ (2559) โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับประเทศไทย เครื่องมือเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพัน ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันนำมาซึ่งชื่อเสียงภาพลักษณ์ โดยจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น

2. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า สื่อออนไลน์ทั้ง 3 ประเภทมีการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ คือ ช่วยในการกระจายข่าวสาร สร้างความสนใจและดึงดูด

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ความสนใจได้ ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่และส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของหทัยชนก ยิ่งสุขและภานุพงศ์ แสนจันทร์ (2561) เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิชญา ญัฐพงศ์ฤทธิ์ (2559) เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้มีการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวต่างประเทศผ่านทางสื่อออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีความเชื่อถือในข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์มากขึ้น บุคคลส่วนใหญ่มีการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารผ่านทาง Facebook, YouTube, Google และ Pantip และสอดคล้องกับกายกาญจน์ แสนแก้ว (2560) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ผู้อื่นชื่นชม (เช่น การกด Like ใน Facebook, YouTube, Instagram เป็นต้น) ในผลงานภาพถ่ายวิดีโอหรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้อัปโหลดลงเครือข่ายสังคมออนไลน์และต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่าง ๆ (Comment ใน Facebook, YouTube เป็นต้น)

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ในการถ่ายทอดประสบการณ์ของการท่องเที่ยวหรือการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น การสร้างช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวผ่านแอปพลิเคชันหรือทางไลน์สามารถติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ผ่านสื่อออนไลน์อีกช่องทาง
2. การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในครั้งต่อไปสามารถนำไปพัฒนาหรือออกแบบสื่อในรูปแบบของวิดีโอผสมผสานกับอินโฟกราฟิกได้ ทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กายกาญจน์ แสนแก้ว. (2560). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิภาคณัฏฐ์ นิมิตพันธ์และศิริจันทร์ พลกนิษฐ. (2559). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2559 : หน้า 21-31.

- สมเจตน์ ผิวทองงามและคณะ. (2561). **พุมเรียง : บริบทชุมชน ฐานเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรม.** วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2561 : หน้า 353-375.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563 Thailand Internet User Behavior 2020.** แหล่งที่มา : <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>. (สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564).
- สุดที่วัล สุขใส. (2558). **สื่อออนไลน์กับบทบาทในการกำหนดประเด็นข่าวทางสังคม.** แหล่งที่มา : https://blog.infoquest.co.th/iqmedialink/news_onlinemedia (สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564).
- สุพรรณษา ธนาอุยกูล และ สุมาลี สว่าง. (2561). **การพัฒนารูปแบบการสร้างควมภักดีของผู้บริโภคในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, ฉบับเสริม ครบรอบ 12 ปี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ธันวาคม 2561 : หน้า 124-135.
- หทัยชนก ยังสุขและภานุพงศ์ แสนจันทร์. (2561). **สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี.** สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อภิชญา ณ์รัฐพงศ์พฤทธิ. (2559). **รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ.** การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์

Study of Satisfaction and Behavior in Using Online Social of Lan Ba Sub-district Lom
Sak District Phetchabun Province

กานติมา สร้อยสัจย์¹ กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย²

Kantima Sroisat¹, Kankulnat Peerachaakkarachai²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Author for Correspondence: Email kankulnat.pee@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 378 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กรณีศึกษา ตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook มีสถานที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในที่พัก มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร ไม่เคยทำงานหรือหารายได้เสริมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.88, SD.= 0.68)

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ

Received:28/05/64, Revised:12/06/64, Accepted:14/06/64

Abstract

The purpose of this research were 1) a study the behaviour in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province and 2) a study of the satisfaction in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The sample used in this study was the 378 people who were living in Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The tool used in the study was the satisfaction assessment form. The data were analyzed by the percentage, mean and standard deviation.

The results showed the satisfaction and behaviour in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The use of online social services was to chat with current and old friends on Facebook for more than 5 hours a day. There is a place to access the online social service at the property. The intention of accessing online social media was to read the news, not for working or earning extra money on online social. And the results of the study on the overall satisfaction of accessing online social was on a high level (\bar{X} = 3.88, SD.= 0.68).

Keywords: Online Social, Behavior, Satisfaction

บทนำ

มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่อยู่ร่วมกันและมีการสื่อสารกันตลอดเวลา และด้วยความชาญฉลาดของมนุษย์ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ก่อให้เกิดการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีในการสื่อสารใหม่ ๆ เชื่อมโลกจากกลุ่มคนเล็ก ๆ สู่คนในอีกฟากโลกหนึ่ง และเชื่อมต่อกันได้ทั้งโลกก่อให้เกิดกระบวนการศึกษาเรียนรู้ต่าง ๆ และกาสื่อสาร ดังนั้นมนุษย์เราจึงได้มีการพัฒนาลักษณะในการสื่อสารออกมาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสื่อสารด้วยภาพ การสื่อสารด้วยการใช้สัญญาณ การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น ซึ่งในสังคมมนุษย์ต้องมีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนกันอย่างยาวนาน เช่น ในสมัยก่อนได้ใช้นกพิราบในการสื่อสารหรือการขี่ม้าเร็ว จึงจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์ในสมัยก่อนเป็นอย่างมากและในสภาวะเศรษฐกิจในประเทศในอดีตจนถึงปัจจุบันส่งผลให้คนทั่วไปมีการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ กันอย่างแพร่หลาย การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกันทำให้คนในหมู่บ้านต่างกันสามารถติดต่อกันได้ การค้าขายสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ยังไม่เข้าใจเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้เป็นดาบสองคมในการใช้งานมีทั้งโทษในด้านลบ คือ การรู้เท่าไม่ถึงการให้การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้ถูกหลอกลวงและประโยชน์ในด้านบวก คือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การสนทนากับบุคคลอื่นที่อยู่ไกลกันทำให้ติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ได้สร้างความวุ่นวายให้กับทุกประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจ สาธารณสุข และสังคม ประเทศไทยเช่นเดียวกันได้รับผลกระทบไม่ต่างจากประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก (มหาดไทย, 2563) ซึ่งการดำเนินชีวิตคนรุ่นใหม่ภายในประเทศไทยก็ถือว่าเปลี่ยนไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ต้องยอมรับว่าทัศนคติของคนรุ่นใหม่จะเริ่มมีความแปลกใหม่มากขึ้นทำให้ร้านอาหารทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคารไม่สามารถให้บริการ ภายในร้านได้อีกต่อไป เหลือไว้เพียงให้บริการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำเป็นต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เป็นอย่างมาก ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 68.1 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมี ผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คผ่าน โทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากถึง 41 ล้านคน คิดเป็น 60% ผู้ใช้สมาร์ทโฟนชาวไทยใช้เวลาโดยเฉลี่ย 230 นาที หรือเกือบสี่ชั่วโมงต่อวันกับการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟน การใช้งาน สมาร์ทโฟนนั้นทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างชัดเจน สืบเนื่องมาจากประโยชน์ ของการใช้งานมือถือ การเข้าถึงของข้อมูลที่ง่ายขึ้น การส่งต่อข้อมูลที่รวดเร็วขึ้น การใช้งานเพื่อความบันเทิง เช่น การดูหนัง ฟังเพลง หรือการเล่นเกมส์ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคสามารถอยู่ในกระแส และตามกระแส ของสังคมได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2560) และโรมิสโซว์สกี (Romiszowski, 2009) ได้เสนอแนะแนวทางในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อการเรียนรู้ประการหนึ่ง คือ ต้องมีการศึกษาในรายละเอียดของกลุ่มผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีกลุ่มผู้ใช้งานเป็นจำ นวนมากและมีความแตกต่างกันจากหลาย ๆ ปัจจัย

ในปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทุกเพศทุกวัย มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเฟสบุ๊ก (Facebook)

ที่มีไว้สำหรับแชท โพสต์ข้อความ ข่าวสาร คลิปวิดีโอ ภาพ รวมถึงการสนทนาแบบแชท เป็นต้น หรือไลน์ (Line) ที่เหมาะสำหรับการพูดคุยสนทนากัน ทั้งแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้า ยิ่งไปกว่านั้นสามารถแชทได้ตลอดหรือจะโทรผ่าน Line สะดวกยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการใช้ชีวิตของตัวเองอย่าง Instagram เป็นต้น แอปพลิเคชันเหล่านี้ถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์มากสำหรับชีวิตในยุคปัจจุบัน ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว สามารถสนทนาแบบบุคคลระหว่างบุคคลและสนทนาแบบกลุ่มได้สามารถสื่อสารข้อความต่าง ๆ ได้เพียงครั้งเดียวและรับทราบข้อความพร้อมกันทุกคนได้ ไม่ทำให้ใจความผิดเพี้ยนไปถึงว่ามีประสิทธิภาพอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคที่มี 4G สามารถทันเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่าง ๆ โดยไม่ต้องรอข่าวจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ อย่างทันท่วงที (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2555) สื่อสังคม (Social Media) กลายเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทอย่าง สำคัญยิ่งในยุคที่สังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในแง่ของการเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารในปัจจุบัน เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้น และเริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร (Trench and Gary Quinn, 2003) การเติบโตของเทคโนโลยีในโลกยุคปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าอย่างมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ทำให้รูปแบบการติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายมากขึ้น เพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือสัญญาณโทรศัพท์ ก็สามารถ เชื่อมโยงคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน จนทำให้เกิดการสร้างสังคมใหม่ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา หรือที่รู้จักกันในชื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แบ่งปันข่าวสาร ความสนใจ การแสดงเรื่องราว เกี่ยวกับตนเอง ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งทุกคนสามารถก็สามารถเลือกรับข่าวสารข้อมูลดังกล่าวได้อย่างเสรี ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพราะนอกจากจะเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารอีกช่องทาง หนึ่งแล้วยังเปรียบเสมือนเป็นบริการพื้นฐานที่ใช้แสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปบนโลกยุคปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กรณีศึกษาตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมความสนใจการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจ เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการเอง และทำให้ติดต่อกับบุคคลอื่นได้อย่างสะดวกสบาย ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แบ่งปันข่าวสาร ความสนใจ ทำให้ผู้คนบริการรู้สึกเหมือนได้ใกล้กับครอบครัวและคนรู้ใจเพื่อนำมาพัฒนาในการสร้างสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และการตลาดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 6,894 คน
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยวิธีการเจาะจง จำนวน 378 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน สุทธนู ศรีไสย์, 2551)
2. ตัวแปรที่ศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.2 ความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.1 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
 - 3.2.1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)
 - 3.2.3 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)
 - 3.2.3 สอบถามความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด
 - 3.2.4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะแบบปลายเปิด
4. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในช่วงเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 378 คน
5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์แบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติที่สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ผลของค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) มีรายละเอียดดังนี้
 - ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 - ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 - ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
 - ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 - ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 มีสถานภาพสมรส จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,001 – 20,000 บาทพบาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

2. ความพฤติกรรมการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 3-4 ครั้งต่อวัน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 5-6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 มีสถานที่อยู่ในที่พักของการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 88.10 มีการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้เครือข่ายประเภท Dtac จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ได้เคยซื้อ-ขายบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 และไม่เคยทำงานหรือหารายได้เสริมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70

3. ความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อ	รายการ	\bar{x}	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ข้อมูลที่น่าเสนอเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ	4.05	0.48	มาก
2.	รับทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว	3.71	0.61	มาก
3.	ข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง	3.80	0.62	มาก
4.	การออกแบบหน้าต่างการใช้งาน เข้าใจง่าย	3.74	0.70	มาก
5.	มีความทันสมัย	3.65	0.75	มาก
6.	การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด	3.75	0.69	มาก
7.	มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	3.77	0.69	มาก
8.	มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย	3.71	0.75	มาก
9.	เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา	3.79	0.72	มาก
10.	ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์	3.78	0.78	มาก
เฉลี่ยโดยรวม		3.88	0.68	มาก

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, $SD.=0.68$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลที่น่าเสนอเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, $SD.=0.48$) รองลงมาข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.62$) เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$, $SD.=0.72$) ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, $SD.=0.78$) มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, $SD.=0.69$) การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$, $SD.=0.69$) การออกแบบหน้าตาการใช้งาน เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, $SD.=0.70$) รับทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$, $SD.=0.61$) มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$, $SD.=0.75$) และมีความทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$, $SD.=0.75$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษาตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อน ปัจจุบันและเพื่อนเก่า มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook จากสถานที่พักของการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญพนา พวงแพ (2559) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษาวิชาชีพรู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาวิชาชีพรู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีระยะเวลาแต่ละครั้งนาน 5-7 ชั่วโมง มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จากที่บ้าน หรือหอพัก มีวัตถุประสงค์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสาร และเข้าใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท Facebook และสอดคล้องกับเรวดี พานิช (2559) เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางที่นิยมใช้คือ Facebook และมีวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ใช้เพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ใช้เพื่อสนทนากับเพื่อนและบุคคลอื่น ๆ ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและเพื่อความบันเทิง

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษาตำบลลานป่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลที่น่าเสนอเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ ข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด การออกแบบหน้าตาการใช้งาน เข้าใจง่าย รับทราบข่าวสาร

ได้อย่างรวดเร็ว มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย และมีความทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล (2555) ความต้องการและแรงจูงใจของผู้ใช้เป็นตัวแปรแรก ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้ คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อก็เนื่องจากเกิดจากแรงจูงใจ ดังนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามค้นว่า มีความต้องการและแรงจูงใจอะไรบ้างที่ทำให้คนเปิดรับสื่อ เช่น เพื่อหลบหลีกกิจวัตรประจำวัน ปัญหาหรือผ่อนคลาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นการนำข้อมูลข่าวสารมาพูดคุยสนทนา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น ตอกย้ำความเป็นวัฒนธรรม ทำความเข้าใจตนเอง และเพื่อสำรวจหาข้อมูล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ด้านหนึ่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัตติกา แก้วมณี (2561) เรื่องการเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจรูปแบบของสื่อสังคม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรูปแบบของการโพสต์มาก เนื่องจากข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็ว ตามกระแสนิยม สามารถพิมพ์โต้ตอบกันบนสื่อสังคมได้และยังใช้ในการเช็คอินสถานที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันรูปแบบของสื่อสังคมยังสามารถใช้สื่อสารด้วยการโทรผ่านสื่อสังคม และยังสามารถวิดีโอคอลได้ รวมไปถึงสามารถเชื่อมโยงสื่อสังคมระหว่างเฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เช่น การโพสต์รูป วิดีโอแล้วลิงก์ไปที่เฟซบุ๊กได้ อย่างรวดเร็ว เนื่องจากรูปแบบของภาษาที่ใช้ในสื่อสังคมที่อ่านเข้าใจง่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มเติมหรือเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับ และความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมของประชาชนในแต่ละพื้นที่ว่าแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
2. การใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ควรศึกษารูปแบบการให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อได้รับประโยชน์การใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และการอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์กับผู้ใช้
3. หากผู้ใช้ที่สนใจในธุรกิจออนไลน์สามารถนำผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์นำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสร้างรายได้เสริมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ที่อาศัยอยู่ในเพชรบูรณ์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจออนไลน์ในการวางกลยุทธ์เพื่อจะได้เข้าถึงการใช้ชีวิตของผู้ใช้สื่อสังคมในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย.(2563). **คลังข่าวมหาดไทย**. แหล่งที่มา: <http://www.newskm.moi.go.th>. (สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2564).
- กรุงเทพฯธุรกิจ. (2560). **ส่องพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตไทยเกาะติดมือถือ**. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/751412> (สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2563).

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

- กัตติกา แก้วมณี. (2561). การเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาคพิมพ์ จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). ทศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง: กรณีศึกษายูทูป (YouTube). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญพอน พ่วงแพ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์และศิลปะ, ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 : หน้า 946-956.
- เรวดี พานิช. (2559). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน 2559 : หน้า 79-93.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Romiszowski, A. J. (2009). Observations on social networking in education. Educational Technology, 2(5) : 62-63.

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเพชรบูรณ์

Study of Behavior and Satisfaction in Using Purchasing Product Online Shopping on Application of
Muang District Phetchabun Province

กนกวรรณ อินรอด¹ กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย²

Kanogwan Inrod¹, Kankulnat Peerachaakkarachai²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Author for Correspondence: Email kankulnat.pee@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการเข้าใช้งานช่วงเวลา 6.01 น. – 12.00 น. ใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ได้รู้จักแอปพลิเคชันและสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน LAZADA มีการสั่งซื้อประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์สื่อสาร โดยสั่งซื้อในสถานที่ทำงาน ค่าใช้จ่ายการสั่งซื้อครั้งละไม่เกิน 500 บาท แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าด้วยการค้นหาผ่านเว็บไซต์ www.google.com และสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ชำระเงินผ่านระบบชำระเงินช่องทาง PayPal และผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน มีความพึงพอใจโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93, SD.=0.83$)

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน, ออนไลน์, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ

Received:05/06/64, Revised:12/06/64, Accepted:14/06/64

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the behaviour in using online shopping application of Muang district Phetchabun province and 2) to study the satisfaction in using online shopping application of Muang district Phetchabun province. The sample used in this study was the 400 people who were living in Muang district Phetchabun province. The tool used in the study was the satisfaction assessment form. The data were analyzed by using the percentage, mean and standard deviation.

The results showed the satisfaction in using the online shopping application of Muang district Phetchabun province. It found that the respondents had used online shopping application 1-2 times a week between 6:01 – 12:00 am and used online shopping application on a mobile device. They had learned how to use the application and ordered telephones and communication devices through the Lazada application. The place that used for ordering products was the workplace and spent no more than 500 baht. The source that used for searching for the application and ordering products was the website www.google.com. The payment was via a PayPal application. The overall result of the study on the satisfaction of online shopping application was at a high level ($\bar{X}= 3.93, SD.= 0.83$).

Keywords: Application; Online; Behavior; Satisfaction

บทนำ

การปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตพฤติกรรม การเติบโตและอยู่รอด ทั้งการใช้ชีวิตของตนเอง การอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน หรือแม้กระทั่งการอยู่ร่วมกันในโลก การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอย่างการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและโมเดลธุรกิจแบบใหม่มาใช้ (Digital Disruption) การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นเรื่องปกติของการใช้ชีวิต เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงจึงทำให้ลำบากที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้น และค่อนข้างมีความยากลำบากในการปรับตัว จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยทางจิตวิทยาเกี่ยวกับการเผชิญหน้าต่อสถานการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง หรือในภาวะวิกฤต พบว่าการที่เราจะรอดจากการเปลี่ยนแปลงได้คือเราต้อง“ปรับตัว” เหมือนที่ชาร์ล ดาวิน นักวิทยาศาสตร์ทางชีววิทยากล่าวไว้ว่า “ผู้ที่ปรับตัวเท่านั้นคือผู้อยู่รอด” ในทางจิตวิทยา “การปรับตัว” เป็นพฤติกรรมประเภทหนึ่งที่ใช้เปลี่ยนพฤติกรรม หรือใช้ปรับพฤติกรรมให้เข้ากับสถานการณ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นพฤติกรรมประเภทที่ช่วยให้บุคคลอยู่รอดในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการที่จะเอาตัวรอดจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้คือการรักษาสมดุลระหว่างตัวเองกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้เงื่อนไขทางสังคม (“จิตวิทยาการเอาตัวรอดในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง”, 2562) ธุรกิจการค้าเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับที่มนุษย์ได้เริ่มรู้จักการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งได้มีการพัฒนามาจากแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน ในอดีตมนุษย์ไม่มีสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนจึงใช้สิ่งของซึ่งมีความต้องการตรงกันและพึงพอใจที่จะแลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่าย ไม่มีระบบการจัดการบริหารงานและขายสินค้าในพื้นที่ฐานความจำเป็นในการดำรงชีวิต (วิทยาลัยเทคโนโลยีป่าสักธารา, 2559) แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้ามีผู้ผลิตจำนวนมาก สินค้ามีมากกว่าความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ซื้อมีโอกาสได้เลือก มีอำนาจในการต่อรอง ผู้ขายจึงต้องพยายามชักจูงให้เกิดความต้องการแล้วจะต้องทำให้ผู้ซื้อเกิดความพอใจในสินค้ามากที่สุด ซึ่งการระบาดของ Covid - 19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยในแต่ละประเทศได้มีการสังเกตพฤติกรรมตอบสนองของผู้บริโภคต่อโรคระบาดครั้งนี้ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งสิ่งที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ แล้ววิธีการซื้อ ซึ่งได้ถูกนิยามไว้ด้วยประโยค “From Bulk-buying to Online Shopping” หรือพฤติกรรมจากการกักตุนสู่การซื้อสินค้าออนไลน์ ถือเป็นโอกาสของหลาย ๆ คนที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ หรือมีประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ที่น้อยมาก ๆ จะได้มีประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ที่มากขึ้น ด้วยนโยบายการกักตัวอยู่ที่บ้าน และการ Social Distancing ทำให้หลายธุรกิจอาจจะต้องเร่งพัฒนาการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อรักษาความสามารถในการเข้าถึงสินค้าของลูกค้าทดแทนช่องว่างที่หายไปจากนโยบายลดการกระจายของเชื้อไวรัส (STEPS Academy, 2563) ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบสินค้ากับร้านต่าง ๆ โดยการตรวจสอบข้อมูลราคาสินค้าจากอินเทอร์เน็ต วิกฤตครั้งนี้ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการจัดลำดับความสำคัญของการใช้จ่ายมากกว่าการตัดทุกอย่างออก ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาผู้บริโภคออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง แต่ในขณะที่จะใช้จ่ายในสินค้าที่จำเป็นเพิ่มมากขึ้น เช่น สินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2552) การเติบโตของผู้ใช้สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บวกกับการเกิดขึ้นของช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) และวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางสังคมตลอดเวลาที่มีความจำเป็นให้ผู้บริโภคต้องปรับตัว ได้สร้างพฤติกรรมใหม่ออกมา

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

มากมายในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และหนึ่งในนั้นคือ การจับจ่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งที่ผ่านมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้หลายคนอาจมองว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ในช่วงเวลานี้เป็นเรื่องธรรมดา (ชิตาพร รุ่งสถาพร, 2563) ส่งผลให้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เป็นสาเหตุให้ระบบการค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิม

ปัจจุบันธุรกิจการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยธุรกิจ E-Commerce หรือธุรกิจการค้าออนไลน์ในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตและระบบโทรศัพท์ไร้สายทำให้มีจำนวนผู้เข้าถึงระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีที่สามารถเข้ามาช่วยในการจัดการตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (พิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2559) จากการสำรวจข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2563) พบว่า การซื้อขายสินค้าออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ในประเทศไทยเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2558 สูงถึงร้อยละ 12.42 ซึ่งแสดงถึงอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว มีมูลค่ากว่า 2,523,994.46 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 40.08 ของมูลค่าขายสินค้าและบริการทั้งหมด และคนไทยมีการตื่นตัวในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทำให้มีพฤติกรรมหรือรูปแบบการอุปโภคและบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งผลต่อการผลักดันการทำธุรกรรมทางออนไลน์ภายในประเทศให้เติบโต การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลหรือ Digital Disruption นั้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว มีธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นและธุรกิจเก่าที่หายไปในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะเป็นการปรับตัวที่เร็วที่สุดเท่าที่มนุษย์เคยทำได้แล้ว ในครั้งนี้เมื่อเกิดวิกฤตโรคโควิด-19 ระบาดไปทั่วโลก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนได้เร็วยิ่งกว่าและเห็นผลทันภายในเวลา 1-2 เดือนเท่านั้น แต่แทบจะไม่มีธุรกิจไหนเลยที่ได้รับผลดีจากวิกฤตในเวลานี้ ซึ่งเป็นผลจากการปรับตัวของพฤติกรรมมนุษย์ภายใต้เงื่อนไขทางสังคม (มนต์ชัย วงษ์กิตติไกรวัล, 2563) จึงเกิดธุรกิจการค้าออนไลน์ขึ้นที่มีลักษณะร้านค้าสมัยใหม่ที่มีผู้บริโภคและผู้ประกอบการในตลาดใช้เป็นช่องทางในการซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รู้และเข้าใจถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในการปรับปรุงด้านการบริการ และการสร้างความพึงพอใจตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้การใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 163,227 คน
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยวิธีการเจาะจง จำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน สุทรนุ ศรีไสย์, 2551)
2. ตัวแปรที่ศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน
 - 2.2 ความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.1 การใช้แอปพลิเคชันการสั่งซื้อสินค้า
 - 3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
 - 3.2.1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)
 - 3.2.2 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)
 - 3.2.3 สอบถามความพึงพอใจการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด
 - 3.2.4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะแบบปลายเปิด
4. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้ อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ในช่วงเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงตุลาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 400 คน
5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์แบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติที่ สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ผลของค่าเฉลี่ย จากเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) มีรายละเอียดดังนี้
 - ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 - ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.75 มีอายุ 18 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีระดับการศึกษานุปริญญาหรืออปวช. คิดเป็นร้อยละ 45.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.25

2. ความพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า พฤติกรรมการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันจำนวน 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 53.25 เข้าใช้งานแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 6.01 น. - 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.50 มีการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ประเภทโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 56.77 ได้รู้จักแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์แอปพลิเคชัน LAZADA คิดเป็นร้อยละ 29.41 ได้ใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน LAZADA คิดเป็นร้อยละ 29.59 มีการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าประเภทโทรศัพท์ - อุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 36.48 มีการสั่งซื้อสินค้าในสถานที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 48.25 ได้มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันครั้งละไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.17 แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ด้วยการค้นหาผ่านเว็บไซต์ www.google.com คิดเป็นร้อยละ 31.10 และสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ชำระเงินผ่านระบบชำระเงิน ช่องทาง PayPal คิดเป็นร้อยละ 42.76

3. ความพึงพอใจการเข้าใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาพึงพอใจการเข้าใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

ข้อ	รายการ	\bar{x}	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.	การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือเพียงใด	4.45	0.69	มาก
2.	การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมีความสะดวกรวดเร็ว	4.33	0.80	มาก
3.	แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้ามีความง่ายต่อการใช้งาน	4.24	0.82	มาก
4.	ท่านเปรียบเทียบราคาสินค้าออนไลน์หลาย ๆ ร้านก่อนตัดสินใจซื้อ	4.00	0.80	มาก
5.	เมื่อมีแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าทำให้ท่านซื้อสินค้าหน้าร้านน้อยลง	3.89	0.81	มาก
6.	ท่านสนใจสินค้าในแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าเพราะราคาถูกกว่า	3.81	0.79	มาก
7.	ท่านสนใจอ่านรีวิวสินค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า	3.73	0.85	มาก
8.	การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันช่วยให้การซื้อสินค้าเป็นเรื่องง่าย	3.64	0.88	มาก

ข้อ	รายการ	\bar{x}	SD	ระดับความพึงพอใจ
9.	ท่านสั่งซื้อสินค้าตรงตามความต้องการและมีความถูกต้อง	3.62	0.90	มาก
10.	ท่านมีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน	3.57	0.96	มาก
เฉลี่ยโดยรวม		3.93	0.83	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.83$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 0.69$) รองลงมาการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.80$) แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้ามีความง่ายต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.82$) ท่านเปรียบเทียบราคาสินค้าออนไลน์หลาย ๆ ร้านก่อนตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.80$) เมื่อมีแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าทำให้ท่านซื้อสินค้าหน้าร้านน้อยลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.81$) ท่านสนใจสินค้าในแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าเพราะราคาถูกกว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.79$) ท่านสนใจอ่านรีวิวสินค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.85$) การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันช่วยให้การซื้อสินค้าเป็นเรื่องง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.88$) ท่านสั่งซื้อสินค้าตรงตามความต้องการและมีความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.90$) และมีท่านมีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, $SD = 0.96$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า เพศหญิงให้ความสนใจการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ จำนวนครั้งในการสั่งซื้อส่วนใหญ่ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไม่เกินจำนวนเงิน 500 บาท มีการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตยาพร เสมอใจ (2549) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคพฤติกรรมการซื้อนั้นเกิดจากสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของผู้บริโภค ทำให้เกิดความรู้สึกของความต้องการ จนต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถมาตอบสนองต่อความต้องการได้ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อในที่สุด คือ 1. สิ่งเร้า (Stimulus) 2. กล่องดำ (Black box) 3. การตอบสนอง (Response) 4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิทย์ ท้วงจบ (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อำเภอยุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า เพศหญิงให้ความสนใจการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์มากกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชัย ศรีณรงค์ อภาภรณ์ เพชรเอง และศราณ

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พงศ์ สายประดิษฐ์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า ใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท สินค้าและบริการที่มีผู้สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมีมือถือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้ามีความง่ายต่อการใช้งาน ในการสั่งซื้อสินค้าตรงตามความต้องการและมีความถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพของสินค้า การรีวิวสินค้าบ่งบอกคุณภาพของสินค้าในร้านค้า และจะให้ความสำคัญกับร้านค้าออนไลน์ที่มีข้อมูลสินค้าตรงกับความต้องการและช่วยให้หาข้อมูลได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-satisfaction) เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า (Shopping Convenience) การเสนอข้อมูลและสินค้า (Merchandising) การออกแบบเว็บไซต์ (Site Design) ความง่ายในการใช้งาน รูปแบบของบริการ และความน่าเชื่อถือในด้านความปลอดภัยทางการเงิน (Security of Financial) และข้อมูลข่าวสาร (Informativeness) สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิดา ไกรสันติ (2563) เรื่อง การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี ตำบลปรัก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบในภาพรวม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของชิตชนก วัชรินทร์พรและนนทิพันธ์ ประยูรหงส์ (2563) เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของฐานันท์ ตั้งรุจิกุลและคณะ (2561) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง พบว่า ความพึงพอใจการสั่งซื้อสินค้าและข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มเติมหรือเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในแต่ละพื้นที่ว่าแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงความต้องการ ความคิดเห็นจากความรู้สึกและความคาดหวัง เพื่อวางกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะมุ่งใจในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพื่อช่วยในการขยายฐานลูกค้าอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2552). **แนวทางการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดโลกปัจจุบัน**. แหล่งที่มา : <https://www.ryt9.com/s/expd/589637>, สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2563.
- คณิตา ไกรสันติ. (2563). **การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชาชีพชุมชนสุชาติ ตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**. วารสารหาดใหญ่วิชาการ, ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2563 : หน้า 39-60.
- จิตวิทยาการเอาตัวรอดในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง. (2562). แหล่งที่มา : <https://www.istrong.co/single-post/Survive-from-changing-situations.>, สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2563.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชิดชนก วัชรินทร์พรและนนทิพันธ์ ประยูรหงส์. (2563). **อิทธิพลของปัจจัยทางด้านการตลาดและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2563 : หน้า 113-122.
- ฐานันท์ ตั้งรุจิกุลและคณะ. (2561). **ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนามหมื่นศรี จังหวัดตรัง**. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9. สงขลา, 20-21 กรกฎาคม 2561 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ หน้า : 696-708.
- จิตาพร รุ่งสถาพร. 2563. **พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณ และพิษณุโลก**. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มนต์ชัย วงษ์กิตติไกรวัล. (2563). **มองความคิดผู้บริโภคผ่านสินค้าที่ซื้อในช่วงวิกฤตโควิด-19 โลกจะไม่เหมือนเดิมอีกจริงหรือ**. แหล่งที่มา : <https://themomentum.co/covid-19-change-consumer-behavior/>, สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2564.
- วิทยาลัยเทคโนโลยี ปาสักธารา. (2559). **ประวัติ ของธุรกิจค้า**. แหล่งที่มา : <https://sites.google.com/site/thurkickhaplik59/menu.com.>, สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2563.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **ETDA แนะนำพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสขายของออนไลน์อยู่บ้านนั่งนับเงิน ช่วงโควิด-19**. แหล่งที่มา : <https://www.etda.or.th/content/covid-19-creates-online-opportunities.html>. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2564.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). **สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

- สุธาทิพย์ ท้วจบ. (2562). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม - ธันวาคม 2562 : หน้า 195-205.
- สุรัชชัย ศรีณรงค์ อาภาวรรณ เพชรแอง และศราณพวงค์ สายประดิษฐ์. (2559). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและ
บริการผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ในการประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่
9. กรุงเทพฯ : หน้า 209-216.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). ธุรกิจการค้าออนไลน์ค้า. แหล่งที่มา : [https://www. thansettakij.com.](https://www.thansettakij.com.),
สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2563.
- STEPS Academy. (2563). การระบาดของ Covid 19 พฤติกรรมของผู้บริโภค. แหล่งที่มา :
<https://stepstraining.co/about-us>. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2564.
- Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000). E-Satisfaction: An initial examination. Journal of
Retailing. Vol. 76, No. 3, p. 309 – 322.

การพัฒนาจริยธรรมของผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม
Ethical Development of Leaders according to The Buddhist Ethics

พระมหานรินทร์ สุรปญโญ ดร.

Phramaha Narin Surapayyo Dr.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Chaiyaphum Sangha College

Author for Correspondence: Email: narinpempa123@gmail.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขเป็นบุคคลที่มีอำนาจสูงสุดในการปกครองแผ่นดินมาเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตยโดยประชาชนจะเลือกคนที่ตนเห็นว่าดีที่สุดในความเหมาะสมที่สุด และสามารถเข้าไปรักษาผลประโยชน์ให้แก่ตนมาเป็นผู้แทนของตน หากผู้นำขาดซึ่งจริยธรรมย่อมทำให้ชุมชน สังคมและประเทศชาติเกิดความเสียหายได้มากกว่าบุคคลทั่วไป

จริยธรรมของผู้นำจึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ฉะนั้นผู้นำจึงจำเป็นที่จะต้องมีจริยธรรมคือความรู้เพื่อเป็นประโยชน์สุขทั้งแก่ตนเองผู้อื่นและสังคมโดยรวม ในที่นี้ผู้เขียนมุ่งเขียนถึงหลักพุทธจริยธรรมคือธรรมของคนดีที่เหมาะสม ควรจะมี ควรจะเป็น หรือควรจะทำปฏิบัติของผู้นำเป็นสำคัญ

คำสำคัญ : การพัฒนา, จริยธรรม, ผู้นำ

Received:11/06/64, Revised:20/06/64, Accepted:21/06/64

Abstract

Thailand has changed government from an absolute monarchy with the King as the head of state. The King is the person with the highest power to rule the land to become a democracy in which the people will choose the one they deem the best is most suitable and able to go in and protect the interests of themselves as their representatives. If the leader lacks ethics, the community Society and the nation are more damaging than ordinary people.

Leadership ethics are one of the things that is important to the development of Thailand. Therefore, leaders need to have ethics, knowledge, to benefit themselves, others and society as a whole. Here, the author focuses on writing about Buddhist ethics, namely, the Dharma of the right good people, should have, should be, or should conduct the conduct of the leader.

Keywords : Development, Ethics, Leader.

บทนำ

การพัฒนาการเมืองไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีปัญหามากมายหลายด้านจนกลายมาเป็นปัญหาวิกฤตทางการเมืองเกิดจากตัวบุคคลเป็นสำคัญ เช่น การเขียนกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม การใช้อำนาจทางกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ผู้นำทางการเมืองมุ่งแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองและพวกพ้อง และการจัดสรรผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมจึงทำให้เกิดความขัดแย้ง ขาดความรักความสามัคคีในที่สุด การพัฒนาการเมืองควรนำเอาหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ ผู้นำทางการเมืองที่ประพฤติปฏิบัติตนได้ดีถูกต้องเหมาะสมย่อมจะเป็นแบบอย่างที่ดีที่ถูกต้องที่เหมาะสมแก่ประชาชน ชุมชน และสังคมเพื่อช่วยกันพัฒนาการเมืองไทย (พระครูรัตนสุตากร (ปราโมทย์ ล่องแก้ว) และคณะ, 2563 : 34) ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขเป็นบุคคลที่มีอำนาจสูงสุดในการปกครองแผ่นดินมาเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตย และการปกครองในปัจจุบันเป็นการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยอ้อมหรือที่เรียกว่าเป็นการปกครองโดยผู้แทน โดยประชาชนจะเลือกคนที่ตนเห็นว่าดีที่สุดในความเหมาะสมที่สุด และสามารถเข้าไปรักษาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองได้ ส่วนนักการเมืองเมื่อตนเองได้รับความไว้วางใจจากประชาชนก็ทำหน้าที่ทางการเมืองตามอำเภอใจเพราะถือว่าประชาชนให้ความไว้วางใจตนแล้ว ดังนั้นจะทำอะไรก็ได้จึงเป็นเหตุให้ถูกมองว่านักการเมืองไทยจำนวนไม่น้อยที่ขาดคุณธรรมจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบทางการเมืองอย่างแท้จริง คือ การเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง ครอบครัว และพวกพ้อง ส่วนผลประโยชน์ของประเทศเป็นลำดับสุดท้าย ในที่สุดก็ทำให้ประเทศชาติเสียหายยิ่งไปกว่านั้นผู้ที่ต้องรับผลกระทบก็คือประชาชนนั่นเองจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าต้นตอของปัญหาเกิดมาจากการบริหารราชการแผ่นดินที่ผิดพลาด เกิดจากความจงใจของนักการเมืองที่หวังกอบโกยผลประโยชน์ในธุรกิจการเมืองทำให้ประชาชนในฐานะเจ้าของประเทศไม่อาจพึ่งพานักการเมืองซึ่งเป็นผู้แทนของตนแต่ขาดความสำนึกทางคุณธรรมและจริยธรรม (ธนภัทร จันทรเรือง, 2556 : 1-2)

จริยธรรมของผู้นำการเมืองจึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการเมืองเนื่องจากเป็นกลไกในการชักนำบุคลากรที่มีศักยภาพคุณธรรมและจริยธรรมเข้าสู่ระบบการเมืองและเป็นการเสริมสร้างภาวะผู้นำทางการเมืองที่ดีให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการจัดระบบการเลือกสรรผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและการบริหารราชการแผ่นดินให้เป็นไปอย่างชอบธรรมซึ่งการสร้างผู้นำและนักการเมืองที่มีคุณธรรม มีความสามารถ และมีความรับผิดชอบต่อประชาชนนั้นต้องมีการกำหนดมาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรมของผู้นำและนักการเมือง ผู้เขียนสนใจการพัฒนาจริยธรรมของผู้นำทางการเมืองตามหลักสัปปุริสธรรมเพื่อพัฒนามาตรฐานจริยธรรมทางการเมืองโดยมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องจริยธรรมที่เหมาะสมที่ผู้นำทางการเมืองควรมี ควรจะเป็นหรือควรประพฤติปฏิบัติเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี ในการพัฒนาตน ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีจริยธรรมทางการเมือง

จริยธรรมทางการเมืองตามแนวคิดและทฤษฎีของโสเครติส สำหรับโสเครติสแล้วความดีความมีจริยธรรมจะต้องเกิดจากความรู้ ดังคำที่กล่าวไว้ว่า จริยธรรมคือความรู้ หมายถึง รู้จักพอประมาณ เช่น ความ

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พอประมาณระหว่างความกล้าหาญกับความขาดกลัว ถ้าบุคคลรู้และเข้าใจถึงธรรมชาติของความดีจริง ๆ เขาก็จะไม่กระทำความชั่วหรือกระทำความผิด แต่เนื่องจากบุคคลไม่รู้จึงต้องกระทำชั่ว ดังนั้นความขาดกลัวจึงเป็นความชั่วร้าย เพราะว่าธรรมชาติของมนุษย์นั้นไม่มีใครที่ตั้งใจทำชั่วหรือกระทำความผิด แต่ที่เขากระทำความผิดนั้นก็เพราะเขาไม่รู้ ความรู้หมายถึงความมีเหตุผลของบุคคลเป็นสิ่งที่รวมจริยธรรมสำคัญ เช่น ความดี ความรอบคอบ การวางแผนล่วงหน้า ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความมีเมตตา ความกรุณา คุณธรรมต่าง ๆ เกิดมาจากความรู้ ดังนั้นความรู้จึงเป็นรากฐานของจริยธรรมทั้งหมดและความรู้ที่แท้จริงนั้นมีอย่างเดียว คือ ความรู้ชีวิตที่ทำให้เกิดความดีงาม (วิโรจ นาคชาติรี และคณะ, 2548 : 150-151)

จริยธรรมทางการเมืองตามแนวคิดและทฤษฎีของเพลโต เพลโตเห็นว่ามนุษย์ควรที่จะมีจริยธรรมหลักอันเป็นพื้นฐานของจริยธรรมอื่น ๆ จริยธรรมหลักนี้มี 4 ประการ คือ

1. ปัญญา เป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยเหตุผลเหมาะสมกับสถานการณ์และสถานที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้เรารู้จักการคาดการณ์ล่วงหน้า มีความระมัดระวัง มีหลักในการตัดสินใจ และมีความสุขรอบครอบ

2. ความกล้าหาญ เป็นการป้องกันชีวิตให้พ้นจากสิ่งยั่ววนใจ มีความอดทน ความกล้าหาญนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถ้าขาดซึ่งความกล้าหาญก็จะทำให้บุคคลตกเป็นทาสของสิ่งที่ยั่ววนจิตใจและหลงไปตามกระแส นั้น ๆ เพลโตถือว่าความอดทนเป็นลักษณะภายในของความกล้าหาญ ความอดทนเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะนำพาเราฝ่าฟันอุปสรรคไปสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ความกล้าหาญยังรวมถึงความขยัน การตัดสินใจ ความหวัง ความเชื่อ

3. ความรู้จักประมาณ เป็นการหลีกเลี่ยงจากสิ่งยั่ววนที่เกิดจากประสาทสัมผัสหรือความเพลิดเพลินทางวุฒิปัญญาด้วยการรู้จักใช้เหตุผลพิจารณาถึงความพอดีไม่ขาดหรือมากเกินไป ความรู้จากการควบคุมการได้มาซึ่งมากเกินไปหรือควบคุมการสูญเสียไม่ให้เกิดขึ้นมากไปกว่านั้นอีก การประมาณนี้จึงเป็นการระงับจิตใจตนเอง การเสียสละ

4. ความยุติธรรม หมายถึง การแบ่งปัน การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การทำหน้าที่ของตนเองโดยไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจการของผู้อื่นรวมถึงการมีความรัก ความซื่อสัตย์ ความเคารพ การรักษาสัญญา สติปัญญา ถือว่า ความยุติธรรมเป็นการรวบรวมเอาคุณธรรมทั้งหมดเข้าไว้ด้วยกันและคุณธรรมนี้มีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกันคือการเข้าใจตนเอง (วิโรจ นาคชาติรี และคณะ, 2548 : 152-153)

จริยธรรมทางการเมืองตามแนวคิดและทฤษฎีของอริสโตเติล อริสโตเติลถือว่าจริยธรรมเป็นศาสตร์ที่สูงที่สุดเพราะเป็นเรื่องที่กล่าวถึงความดีสูงสุด ความดีสูงสุดที่วามนี้คือความสุข หมายถึง ความปลอดภัยและสันติสุข อย่างไรก็ตามอริสโตเติลเห็นว่าจริยศาสตร์ไม่ใช่ศาสตร์ที่มีความแน่นอนตายตัวเหมือนกับคณิตศาสตร์หรือตรรกศาสตร์เนื่องจากจริยธรรมให้เพียงผลทั่ว ๆ ไปหาความแน่นอนไม่ได้ ดังนั้นจริยธรรมจึงเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เฉพาะตนและสิ่งที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตน ได้แก่ สาระ ปริมาณ คุณภาพ ความสัมพันธ์ สถานที่ เวลา ลักษณะ การกระทำ เป็นต้น ความดีนี้ มนุษย์ทุกคนควรแสวงหาความดีที่ว่านี้มี 3 ชนิด คือ

1. ความดีภายนอก คือ ชื่อเสียง เกียรติยศ

2. ความดีทางร่างกาย คือ การมีสุขภาพดี มีร่างกายสมบูรณ์ มีร่างกายสวยงาม

3. ความดีทางวิญญาณ คือ สติปัญญา ความสุข คุณธรรม

ความดีทั้ง 3 ชนิดก่อให้เกิดความสุขขึ้นในชีวิต อริสโตเติลเห็นว่าคนที่มีความสุขที่สุดนั้นคือคนที่มี ความรู้ดีทางวิญญาณ อย่างไรก็ตามเราไม่ควรที่จะกำจัดตัวเองเพียงแค่ว่าอะไรดีเท่านั้นแต่ต้องรู้วิธีการที่จะทำให้ เป็นคนดีด้วยซึ่งการเป็นคนดีต้องมีคุณสมบัติ 2 ประการ คือ ความฉลาดและศีลธรรมจรรยาโดยความฉลาด ได้มาจากการศึกษาส่วนศีลธรรมจรรยาได้มาจากการปฏิบัติตนในสังคม การที่บุคคลมีทั้งความฉลาดและ ศีลธรรมจรรยาย่อมทำให้เขาเป็นผู้ที่มีคุณธรรมประจำใจและรู้จักปฏิบัติตามทางสายกลางหรือการรู้จักการ ยับยั้ง นอกจากนี้มนุษย์จะต้องมีจริยธรรมอีก 4 ประการ คือ

1. ความรู้จักประมาณ หมายถึง ความพอเหมาะพอดีรู้จักควบคุมอารมณ์ในการแสวงหา ความ เพลิดเพลินทางร่างกายอย่าปล่อยให้แรงปรารถนาชักจูงไปแบบสัตว์ชั้นต่ำ
2. ความกล้าหาญ หมายถึง การกล้าแสดงออกเพื่อปกป้องหรือป้องกันเวลาที่มีภัย
3. ความยุติธรรม หมายถึง การให้ความเท่าเทียมแก่บุคคล
4. มิตรภาพ หมายถึง ความรัก คือ การให้เกียรติซึ่งกันและกัน (วิโรจ นาคนาคชตรี และคณะ, 2548 : 153-154)

จริยธรรมทางการเมืองตามแนวคิดทฤษฎีของนักปราชญ์ทั้ง 3 ท่านนั้นมุ่งเน้นถึงจริยธรรม คือ ความดีที่ เกิดจากความรู้ คือ รู้จักความพอประมาณ รู้จักความกล้าหาญ รู้จักความยุติธรรม การที่บุคคลมีทั้งความฉลาด และศีลธรรมจรรยาย่อมทำให้เขาเป็นผู้ที่มีคุณธรรมประจำใจ เพราะฉะนั้นผู้นำจึงจำเป็นต้องมีจริยธรรม คือ ความรู้ความสามารถและคุณความดี เรียกว่า ต้องเป็นคนเก่งและคนดีจึงจะสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับ ประชาชนและพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้

แนวคิดและทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรม

จริยธรรมทางการเมืองเป็นส่วนหนึ่งของจริยธรรมทางสังคม พัฒนาการทางจริยธรรมของมนุษย์นั้นมีการกล่าวถึงทั้งในทฤษฎีทางจิตวิทยาและแนวคิดของนักการศึกษารวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่ละทฤษฎีมี พื้นฐานแนวคิดและข้อตกลงเบื้องต้นแตกต่างกันในการนำมาใช้จึงไม่มีทฤษฎีใดที่มีความสมบูรณ์ในการใช้ ทฤษฎีต่าง ๆ นี้เป็นแนวทางแห่งการปฏิบัติจึงต้องพิจารณาทั้งจุดเด่นและข้อด้อยของทฤษฎีนั้น ๆ และนำมา บูรณาการกับทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและลดข้อบกพร่องที่จะเกิดขึ้น (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541 : 38) แต่ในที่นี้จะขอนำเสนอทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรม ดังต่อไปนี้ คือ

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ฟรอยด์เชื่อว่าบุคลิกภาพของคนเรามี 3 องค์ประกอบ คือ อิด (Id) เป็นส่วนที่เห็น แก่ตัวและไม่มีเหตุผล อีโก้ (Ego) เป็นส่วนเหตุผล และซูเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนของจริยธรรมเป็นมโน สำนึกซึ่งมีหน้าที่สำคัญ คือ การทำให้แน่ใจว่าแผนการที่อีโก้สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของอิดนั้นเป็นสิ่งที่ ถูกต้อง ฟรอยด์เชื่อว่าทารกและเด็กวัยเตาะแตะยังไม่มีซูเปอร์อีโก้ ดังนั้นเด็กในวัยนี้จะทำตามแรงขับที่เห็นแก่ ตัวของตน ถ้าพ่อแม่ไม่ควบคุมในช่วงอายุ 3-6 ปีซึ่งเป็นขั้นเพศของพัฒนาการทางเพศตามทฤษฎีของ ฟรอยด์ เป็นช่วงที่ฟรอยด์กล่าวว่า ซูเปอร์อีโก้จะก่อตัวขึ้นเพื่อการแก้ไขความขัดแย้งในเรื่องที่ได้กรักพ่อแม่ที่มีเพศตรงข้ามกับตน เด็กชายจะเลียนแบบและยอมรับแบบแผนพฤติกรรมของพ่อและยังซึมซับรับเอามาตรฐานทาง

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

จริยธรรมของพ่อมาด้วย ส่วนเด็กหญิงจะเทียบเคียงกับแม่ของตนและยอมรับมาตรฐานทางจริยธรรมของแม่มา การที่เรามีซูเปอร์อีโก้ก็เปรียบเสมือนมีพ่อแม่อยู่ในใจเสมอแม้ว่าจะไม่มีใครมาคอยบอกว่าอะไรถูกอะไรผิด หรือไม่มีใครมากระตุ้นความรู้สึกละเอียดใจหรือความรู้สึกผิดเมื่อคิดจะทำผิด พรอยด์เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญในส่วนอารมณ์ความรู้สึกของจริยธรรม (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2550 : 5)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม อัลเบิร์ต บันดูรา กล่าวว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการสังเกตและการเลียนแบบทั้งนักเรียนและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญเท่า ๆ กัน การเรียนรู้จึงเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับนักเรียน ซึ่งนักเรียนจะรับรู้สิ่งเร้าและสามารถกำหนดสัญลักษณ์ของสิ่งที่สังเกตเก็บไว้ในความจำและเรียกใช้ในขณะที่ต้องการให้เหมือนตัวแบบ โดยให้การเสริมแรงทางบวกแก่ผู้ที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสม ครูและผู้ปกครองจะเป็นตัวแบบที่ดีที่สุดที่สามารถช่วยให้นักเรียนมีพฤติกรรมเป็นที่ยอมรับของสังคม และการเรียนรู้ยังเกิดจากประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นโดยตนเอง หรือเกิดจากการสังเกตพฤติกรรม และการอ่าน สิ่งที่มีผู้อื่นบันทึกไว้ด้วยวิธีการเรียนรู้หลายรูปแบบซึ่งทำให้มนุษย์เรียนรู้ได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว (ดวงเดือน พันธุมนาวิน 2524 : 115)

ทฤษฎีพุทธจริยธรรม คือ พัฒนาการทางจริยธรรมเป็นความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตให้อยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสมประกอบด้วยความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่มีต่อตนเองต่อผู้อื่นและสังคมผลจากการพัฒนาทางจริยธรรมของบุคคลจะทำให้เกิดความสุขและความเจริญทั้งทางวัตถุและจิตใจในสังคมและโลกส่วนรวม ดังทฤษฎีพุทธจริยธรรมของพระธรรมปิฎก ได้กล่าวสรุปไว้ว่า คำว่า จริยะ จริยา ตลอดจน จริยธรรม มีความหมายกว้างกว่านั้น คือ หมายถึง การดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ การยังชีวิตให้เป็นไป การครองชีวิต การใช้ชีวิต การเคลื่อนไหวของชีวิตทุกแง่ทุกด้านทุกระดับทั้งทางกาย ทางวาจา และทางใจ แม้แต่การปฏิบัติกรรมฐาน เจริญสมาธิ บำเพ็ญสมณะ เจริญวิปัสสนา ก็รวมอยู่ในคำว่า “จริยธรรม” (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2545 : 13-14)

ความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตให้อยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสมประกอบด้วยความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของคนที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้อื่นและในสังคมโลกส่วนรวมนี้ เรียกว่า พัฒนาการทางจริยธรรม โลกปัจจุบันนี้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเมื่อกาลเวลาเปลี่ยนแปลงไปเข้ายุคสมัยใหม่ทำให้จิตใจของคนเราเปลี่ยนแปลงไปด้วยทำให้ไม่กล้าบาปอยากทำอะไรก็ตามอำเภอใจชอบทำเหมือนบ้านเมืองป่าเถื่อนไม่มีกฎหมายทุกคนไร้จริยธรรมเกิดความเดือดร้อนไปทุกหย่อมหญ้า ผลจากการพัฒนาทางจริยธรรมของบุคคลจะทำให้เกิดความสุขอันเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศชาติเพื่อให้ทุกคนมีศีลธรรมจรรยาอันเป็นเกราะป้องกันมิให้ทำความชั่ว ทำแต่ความดีเพื่อเป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนเองผู้อื่นและสังคมโดยส่วนรวม ผู้นำจึงจำเป็นต้องปกครองตนเองให้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องดีงามจนเป็นแบบอย่างที่ดี ที่เรียกว่า จริยธรรม

ความหมายของจริยธรรม

ความหมายของจริยศาสตร์จริยศาสตร์มาจากศัพท์ จริย + ศาสตร์ = วิชาว่าด้วยความประพฤติ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ระบุว่าจริยศาสตร์ปรัชญาสาขาหนึ่งว่าด้วยการแสวงหาความดีสูงสุดของชีวิตมนุษย์แสวงหาเกณฑ์ในการตัดสินความประพฤติของมนุษย์ว่าอย่างไรถูกไม่ถูกดีไม่ดีกว่าและไม่ควรไม่ควร และพิจารณา

ปัญหาเรื่องสถานภาพทางศีลธรรมสรุปความว่าจริยศาสตร์เป็นวิชาว่าด้วยความประพฤติของมนุษย์ว่าอะไรดี อะไรไม่ดี อะไรถูก อะไรผิด อะไรควรทำ และอะไรไม่ควร

จริยธรรมมาจากศัพท์ จริย + ธรรม คำว่า จริยะ หมายถึงความประพฤติหรือกิจการที่ควรประพฤติ ส่วนคำว่า ธรรมะ มีความหมายหลายอย่างเช่นคุณความดี หลักคำสอนของศาสนา หลักปฏิบัติเมื่อนำมารวมกันเป็นจริยธรรมจึงหมายถึงหลักแห่งความประพฤติ พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำนิยามว่า จริยธรรมคือธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรมโดยทั่วไปจะทำมักอยู่กับศาสนาเพราะคำสอนทางศาสนามีส่วนสร้างแบบจริยธรรมให้กับสังคมดังกล่าวของหม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ปราโมชที่ว่า “จริยธรรมของสังคมไทยขึ้นอยู่กับระบบศีลธรรมของพระพุทธศาสนา ศาสนาพุทธกำหนดหลักในการปฏิบัติในชีวิตประจำวันไว้อย่างไรนั้นหมายความว่าได้กำหนดหลักจริยธรรมไว้ให้ปฏิบัติอย่างนั้น” สรุปจริยศาสตร์มุ่งเสนอทฤษฎีส่วนจริยธรรมมุ่งชีวิตปฏิบัติ จริยศาสตร์ให้หลักการจริยธรรมให้วิธีการ จริยศาสตร์มุ่งตอบปัญหาว่าความดีคืออะไรส่วนจริยธรรมมุ่งประเด็นว่าปฏิบัติอย่างไรจึงจะเข้าถึงความดี กล่าวโดยสรุปจริยศาสตร์และจริยธรรมเกี่ยวข้องกับความประพฤติ ความต่างอยู่ตรงที่ว่าจริยศาสตร์เน้นทฤษฎีส่วนจริยธรรมเน้นวิธีปฏิบัติ (คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2561 : 121-122)

จริยธรรม (Ethics) มาจากภาษากรีกว่า Ethos คือ Habit นั่นคือนิสัย ดังนั้น จริยธรรมและจริยศาสตร์จึงเป็นเรื่องของการฝึกนิสัย ตามทฤษฎีของชาวกรีก กล่าวว่า “คนเราเกิดมาเหมือนผ้าขาวแล้วมาฝึกกันโดยต้องทำบ่อย ๆ ทำซ้ำ ๆ จนเป็นนิสัยแล้วจะกลายเป็นคุณธรรมเป็นการเริ่มจากภายนอกเข้าไปสู่ภายใน (พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), 2541 : 7) จริยธรรม คือ ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือมาตรการของความประพฤติ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญและมีการตัดสินใจ” (กิริติ บุญเจือ, 2522 : 21) เป็นความประพฤติตามค่านิยมที่พึงประสงค์ โดยใช้วิชาจริยศาสตร์ศึกษาพฤติกรรมด้านคุณค่าสามารถวิเคราะห์ค่านิยมที่เป็นคู่กันสามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งที่ดีควรกระทำ และสิ่งใดควรละเว้น (วิทย์ วิศทเวทย์, 2528 : 13)

จริยธรรมมีทั้งความหมายกว้างและความหมายแคบ ซึ่งกล่าวเฉพาะความหมายที่เห็นใกล้ชัดและที่จะนำไปปรับใช้ จริยธรรมที่มีความหมายกว้างมากอาจรวมไปถึงค่านิยม คือ สภาพหรือการกระทำบางประการที่เราเชื่อยึดมั่นถือมั่น เพื่อจะได้บรรลุถึงวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของสังคมหรือของเราเอง เช่น ความดี ความซื่อสัตย์สุจริต และอื่น ๆ เหล่านี้เป็นค่านิยมฝ่ายดี แต่อาจจะมีค่านิยมฝ่ายชั่ว เช่น การดื่มสุรายาเมา การเป็นชู้กับเมียเขา การแต่งกายนิยมใช้ของที่ผลิตจากต่างประเทศ การใช้ของราคาแพงและอื่น ๆ เป็นต้น ส่วนจริยธรรมที่มีความหมายอย่างแคบ หมายถึง ศีลธรรม คุณธรรม อันเป็นธรรมะที่ควรประพฤติ ฉะนั้นจริยธรรมก็คือค่านิยมในระดับต่าง ๆ ซึ่งสังคมและบุคคลต้องยึดมั่นถือมั่น (วศิน อินทสระ, 2549 : 169) จริยธรรม จึงหมายถึง หลักความประพฤติที่อบรมกิจการและปลูกฝังลักษณะนิสัยให้อยู่ในครรลองของคุณธรรมหรือศีลธรรม คุณค่าทางจริยธรรมชี้ให้เห็นความเจริญอกงามในการดำรงชีวิตอย่างมีระเบียบแบบแผนตามวัฒนธรรมของบุคคลที่มีลักษณะทางจิตใจที่ติงามอยู่ในสภาพแวดล้อมที่โน้มนำให้บุคคลมุ่งกระทำความดีละเว้นความชั่ว (ประภาศรี สีหอำไพ, 2540 : 24) จริยธรรมเป็นหลักธรรมที่บุคคลควรประพฤติจัดว่าเป็น

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

คุณธรรมที่แสดงออกทางร่างกายในลักษณะที่ดั่งงามถูกต้อง อันเป็นสิ่งที่ประสงค์ของสังคม และจริยธรรมจะมีได้จำต้องอาศัยหลักคำสอนทางศาสนา อันได้แก่ ศีล อันหมายถึง หลักหรือกฎเกณฑ์การประพฤติปฏิบัติเพื่อตัดหรือฝึกหัดกายและวาจาให้เรียบร้อย (บุญมี แทนแก้ว, 2541 : 1)

จริยธรรมเป็นสิ่งที่มีความค่าเป็นความคิดดีที่กระตุ้นให้มีการประพฤติปฏิบัติอยู่ในกรอบที่ดั่งงามและสามารถจำแนกความถูกต้องได้มีสติสัมปชัญญะเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกให้เห็นเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้องที่เป็นผลมาจากความคิดที่สังคมหรือบุคคลเห็นร่วมกันเป็นสิ่งที่ดีโดยมีกรอบหรือแนวทางอันดั่งงามที่พึงปฏิบัติซึ่งกำหนดไว้สำหรับสังคมเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยดั่งงาม ความร่มเย็นเป็นสุข ความรักสามัคคี ความอบอุ่น มั่นคงปลอดภัยในการดำเนินชีวิต จริยธรรม คือ กฎเกณฑ์หรือหลักแห่งการประพฤติปฏิบัติที่แต่ละสังคมสร้างขึ้นและต้องเป็นที่ยอมรับของทุกคนในสังคม มีส่วนต่อการจรรโลงสังคม คือ มีส่วนก่อให้เกิดความสงบสุขต่อสังคมนั่นเอง

บทบาทหน้าที่ของจริยธรรม

บทบาทหน้าที่ของจริยธรรม หมายถึง การแสดงออกทางกาย วาจา เป็นจริยธรรมที่เป็นการประพฤติปฏิบัติออกมาตามหลักธรรมคำสอนเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติของมวลมนุษยชาติตามกฎของธรรมชาติ คือ ความดีงามในสิ่งที่ถูกต้องหรือทั้งถูกและดีซึ่งเป็นหลักความประพฤติที่แสดงออกทั้งทางกายและวาจาในการดำรงชีวิตอย่างมีระเบียบแบบแผนตามวัฒนธรรมของบุคคลที่มีจริยธรรมประจำใจ (ไสว มาลาทอง, 2542 : 5) บทบาทหน้าที่ในการหายใจเพื่อให้ชีวิตดำเนินต่อไปซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่เบื้องต้นที่สำคัญ คือ บทบาทหน้าที่แบบต่อเนื่อง บทบาทหน้าที่ตามอุดมการณ์ ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่แบบต่อเนื่อง หมายถึง มนุษย์ทุกคนที่เกิดขึ้นมาบนโลกใบนี้ทุกคนมีหน้าที่ด้วยกันหมดทุกคนซึ่งเป็นหน้าที่แบบต่อเนื่องทุกคนมีหน้าที่เกี่ยวพันถึงกันหมดทุกคน เช่น พ่อแม่ จะต้องรับผิดชอบดูแลลูกให้เป็นคนดีของสังคมและสังคมก็จะมีสุขสงบสุขครอบครัวก็จะมีสุขตามไปด้วย ดังนั้นมนุษย์ทุกคนจะต้องมีหน้าที่เกี่ยวข้องกันหมดทุกคนแบบต่อเนื่อง

2. บทบาทหน้าที่ตามอุดมการณ์ หมายถึง การทำตามอุดมการณ์อันสูงสุดของชีวิตมนุษย์มีความตั้งมั่นอยู่ในความคิดของตนเองที่ตั้งไว้ซึ่งเป็นการตั้งความหวังไว้ในชีวิต เช่น ทหารมีอุดมการณ์อันสูงสุดว่าการเสียสละเพื่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ถือว่า เป็นเกียรติอันสูงสุดของทหาร และมนุษย์ในโลกนี้ทุกคนจะต้องมีอุดมการณ์ทุกคนเพราะเป็นสิ่งที่หวังไว้ในชีวิต แม้แต่คนชั่วก็จะมีอุดมการณ์ของคนชั่วก็เลย อุดมการณ์อันสูงสุดของคนชั่วก็เลยคือการไม่ยอมจะทำอะไรเลยในชีวิตนี้ (ชัยวัฒน์ อุตพัฒน, 2520 : 3)

ในแง่ชีววิทยานั้น มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิต เป็นสัตว์ชนิดหนึ่ง เป็นเวไนยสัตว์ คือ สัตว์ที่มีวินัยสามารถฝึกได้ (สัตว์อื่นก็ฝึกได้แต่ฝึกได้จำกัด) ทั้งมนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐเพราะมนุษย์มีจิตใจสูงเนื่องจากมนุษย์มีสติปัญญา รู้จักพิจารณาความจริงความถูกต้องดั่งงาม สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีอิสระ ไม่อยู่ในบังคับของสิ่งใด คุณสมบัติที่ทำให้มนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐ คือ การรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง และทำในสิ่งที่ถูกต้องดั่งงาม คือ จริยธรรมนั่นเอง

คุณค่าของจริยธรรม

คุณค่าของจริยธรรม คือ ความดีโดยที่ความดีดังกล่าวนั้นแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ความดีที่เป็นเนื้อแท้หรือความดีในตัวเอง ความดีประเภทนี้จะมีคุณค่าในตัวเองไม่ต้องอาศัยสิ่งอื่นมาตีความให้ เช่น ความดี ความจริง ความงาม

2. ความดีที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมความดีให้สูงขึ้นไปอีก เช่น ความมีสุขภาพดี ความมั่งมีในทรัพย์สิน การมีความรู้ความสามารถ

3. ความดีทั้งที่เป็นเนื้อแท้ในตัวเองและความดีที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมความดีให้สูงขึ้นไปอีก เช่น ความเมตตา ความรัก ความสามัคคี ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร การสร้างสรรค์ประโยชน์ร่วมกัน ความเป็นพี่เป็นน้องร่วมกัน การประหยัดต่ออวมลักษณะทางสังคมหลายลักษณะของมนุษย์และขอบเขตรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมประเภทต่าง ๆ ลักษณะและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมมีคุณสมบัติประเภทใดประเภทหนึ่งในสองประเภท คือ เป็นพฤติกรรมที่สังคมชมชอบให้การสนับสนุนผู้กระทำส่วนมากเกิดความพอใจการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม อีกประเภทหนึ่งคือลักษณะที่สังคมไม่ต้องการให้มีอยู่สมาชิกในสังคมเป็นการกระทำที่สังคมลงโทษพยายามกำจัดและผู้กระทำพฤติกรรมนั้นส่วนมากรู้สึกว่าเป็นสิ่งไม่ถูกต้องและเหมาะสม ฉะนั้นจริยธรรมจึงถือว่าเป็นศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อระบบสังคมและพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล คือ จริยธรรมที่มีจุดหมายเพื่อให้รู้จักลักษณะแห่งความดีอันสูงสุดอันจะเป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่ต้องเหมาะสมและจริยธรรมก็มีจุดหมายเพื่อจะแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ และการศึกษา รวมความว่าคุณค่าของจริยธรรมมีจุดหมายเพื่อการพัฒนา 2 ประเด็น คือ

1. มีจุดหมายเพื่อพัฒนาบุคคล (จริยธรรมบุคคล) คือ จริยธรรมส่วนนี้มีการทำตนเองให้บริสุทธิ์เป็นหลักโดยเน้นไปที่ความประพฤติส่วนบุคคลซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นความประพฤติที่มีผลต่อสังคมด้วยว่าบุคคลนั้นก็สมาชิกคนหนึ่งของสังคมด้วย

2. มีจุดหมายเพื่อพัฒนาสังคม (จริยธรรมสังคม) คือ จริยธรรมส่วนนี้เป็นการกระทำหน้าที่ระหว่างมนุษย์ด้วยกันในการกระทำนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานเพื่อความสงบสุขของสังคมเป็นหลัก (เดือน คำดี, 2534 : 154)

ในพุทธปรัชญาเถรวาทได้แสดงการปฏิบัติเพื่อเป็นทางนำไปสู่ความดีอันเป็นจุดหมายสูงสุดของชีวิตไว้ 3 ประการ รวมเรียกว่า ไตรสิกขา คือ

1. ศีล คือ ความปกติกายวาจาและเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานในการปฏิบัติไตรสิกขา คือ เป็นเบื้องต้นแห่งพระพุทธศาสนา คือเป็นเครื่องมือละกิเลส ศีลย่อมชำระปัญญาให้บริสุทธิ์หรือเป็นที่ตั้งและบ่อเกิดแห่งความดีและศีลนำไปสู่นิพพาน

2. สมาธิ คือ ความตั้งมั่นของจิตหรือภาวะที่จิตแน่วแน่ต่อสิ่งที่กำหนด คำจำกัดความของสมาธิที่พบเสมอคือ จิตแตกคคตา หรือเรียกสั้น ๆ ว่า เอกัคคตา แปลว่า ภาวะที่จิตมีอารมณ์เป็นหนึ่งคือ การที่จิตกำหนดแน่วแน่วอยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ฟุ้งซ่านหรือส่ายไป ส่วนคัมภีร์รุ่นอรรถกถารบุดุคความหมายจำกัดลงไปอีกว่าสมาธิคือภาวะมีอารมณ์หนึ่งเดียวของกุศลจิตและใจความออกไปว่าหมายถึง การดำรงจิตและเจตสิกไว้ในอารมณ์หนึ่งเดียวและด้วยดี

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

3. ปัญญา คือ ความรู้ทั่วไป ความรอบรู้ ความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจนจนสามารถแยกแยะเหตุผลชั่วดีคุณโทษได้เป็นความรู้ที่จัดแจงจัดสรรจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2541 : 24)

ความดีเป็นวิธีหนึ่งในการที่นำไปสู่คุณค่าของชีวิตคือจริยธรรมได้ ในทางพระพุทธศาสนาไตรสิกขา คือ ศีลสมาธิและปัญญาถือว่าเป็นหลักการที่สำคัญมาก คือ ไตรสิกขานี้จัดว่าเป็นเครื่องมือในการควบคุมควบคุมประพฤติความดีทั้งในด้านการกระทำทางกาย วาจาที่ใช้เจรจาหรือแม้กระทั่งความคิดซึ่งอาการเหล่านี้ถ้าไม่ได้ อยู่ในกรอบซึ่งเป็นไปเพื่อจริยธรรมหรือคุณงามความดีแล้วถือว่าอาการเหล่านี้ไม่ได้เป็นไปตามที่พระพุทธศาสนาตั้งเป้าหมายสูงสุดเอาไว้ เพราะคุณค่าของจริยธรรมที่แท้จริง คือ ต้องเกิดจากการกระทำทางกาย วาจาที่ใช้เจรจาหรือแม้กระทั่งความคิดที่สามารถแยกแยะเหตุผลชั่วดีคุณโทษประโยชน์และมิใช่ประโยชน์

วิธีปลูกฝังจริยธรรม

คุณธรรมจริยธรรมเกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการพัฒนาการด้านสติปัญญาและการอบรมกล่อมเกล่าให้รู้จักรับผิดชอบชั่วดีของสังคม คุณธรรมจริยธรรมจึงเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งในระบบนอกโรงเรียนและในโรงเรียนการศึกษาคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตทำให้ชีวิตมีคุณค่าและกำกับให้ตนเองเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมอันพึงประสงค์ด้วยการปลูกฝังพื้นฐานด้านจริยธรรมในด้านต่าง ๆ การปลูกฝังจริยธรรมตามแนวคิดของสุภัททา ปิณฑะแพทย์ พอสรุไปได้ดังนี้

1. การปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมด้านการศึกษา การศึกษาเป็นการให้ความรู้ในเรื่องจริยธรรมรวมถึงการอบรมบ่มนิสัยให้เรียนรู้สิ่งที่ถูกผิด และการตักเตือนให้เกิดความสำนึกในความถูกต้องและความผิด

2. การปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมด้านวิชาการ การเรียนการสอนและการศึกษาของไทยมีความเกี่ยวข้องกับศาสนาเป็นเนื้อเดียวกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หลักสูตรต่าง ๆ ที่นำมาใช้จะมีลักษณะแนวทางที่เป็นไปในทางเดียวกันกับพุทธปรัชญา

3. การปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมด้านชีวิตและสังคม การปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมในการดำรงชีวิตทางด้านสังคมก็จะนำพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้ามาเป็นหลักการคิดและแก้ปัญหาในเชิงคุณธรรมจริยธรรม การอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขภายใต้กฎเกณฑ์ของสังคมและจิตสำนึกที่ดีของตนเองและผู้อื่น

4. การปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมด้านจิตวิทยา เป็นพื้นฐานที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ด้วยการคิดการหยั่งเห็น การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณมีการไตร่ตรองจนเกิดความเข้าใจจนเกิดเป็นจิตสำนึกการศึกษาจึงต้องมุ่งอบรมให้บุคคลคิดเป็นทำเป็นและแก้ปัญหาเป็นซึ่งมีความมุ่งหมายปลายทาง คือ ให้คิดดี ทำดี และแก้ปัญหาได้ดี การศึกษาจิตวิทยาทำให้เข้าใจธรรมชาติความต้องการของมนุษย์เพื่อให้เข้าใจตนเองและผู้อื่นด้วยการสร้างแรงจูงใจตนเองเพื่อให้สามารถพัฒนาไปสู่ความดีงามได้ (สุภัททา ปิณฑะแพทย์, 2550 : 254)

การจะปลูกฝังจริยธรรมควรเริ่มต้นที่จิตใจก่อนด้วยว่าจิตใจเป็นผู้ครอบครองร่างกาย ถ้าใจเข้มแข็งบริสุทธิ์ย่อมเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ร่างกายเข้มแข็งการกระทำก็ย่อมบริสุทธิ์ไปตามสภาวะของจิตใจ ดังพระพุทธพจน์ที่ว่า “ดูก่อนภิกษุทั้งหลาย เราย่อมไม่เล็งเห็นธรรมอื่นแม้อย่างหนึ่งที่ไม่อบรมแล้วย่อมเป็นไปเพื่อมิใช่ประโยชน์อย่างยิ่ง” (อง.เอก. (ไทย) 20/24/5 มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) จากพระพุทธพจน์นี้เห็น

ได้ว่าการกระทำหรือประพฤติกิริยธรรมเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์มากมายคือทั้งประโยชน์ในปัจจุบันและประโยชน์ในอนาคต แต่ว่าอุปสรรคของประพฤติกิริยธรรมนั้นมีเช่นกันซึ่งก็คือความขี้เกียจหรือไม่อาจไม่ประพฤติปฏิบัติจริยธรรมต่อเนื่องหมายความว่าการทำแล้วก็หยุดหยุดแล้วก็ทำ สาเหตุนี้เองทำให้การปลูกฝังจริยธรรมไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรจะเป็นจากประเด็นนี้จึงได้มีแบบแผนการปลูกฝังจริยธรรมที่ปรากฏอยู่ในพุทธปรัชญา

แบบแผนการปลูกฝังจริยธรรมที่ปรากฏอยู่ในพุทธปรัชญา 3 ชั้น

1. ชั้นปริยัติ หมายถึง การศึกษาเล่าเรียนเพื่อให้รู้ความจริง
2. ชั้นปฏิบัติ หมายถึง การตัดกายวาจาและใจของตนตามหลักการให้ได้เท่าที่ศึกษามาแล้ว
3. ชั้นปฏิเวธ หมายถึง ความรู้ระดับสูงที่เกิดขึ้นจนเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางมีขึ้นในตัวผู้รู้ (แสง จันทร์งาม, 2526 : 1-2)

การปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมทางโลกและการปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมทางธรรมล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์เพื่อความสุขทั้งมีแบบแผนสำหรับการปลูกฝังพื้นฐานทางจริยธรรม สำหรับการปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมทางโลกมี 4 ด้าน คือ 1) การศึกษา 2) วิชาการ 3) ชีวิตและสังคม 4) จิตวิทยา ส่วนการปลูกฝังพื้นฐานจริยธรรมทางธรรมมี 3 ประการ คือ 1) ชั้นปริยัติ 2) ชั้นปฏิบัติ 3) ชั้นปฏิเวธ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหลักในการปลูกฝังจริยธรรมตามแนวพุทธปรัชญาโดยตรงที่เดียวเพราะครอบคลุมทั้งการศึกษา การปฏิบัติ และผลของการปฏิบัติ

หลักสัปปริสธรรม

หลักสัปปริสธรรม ๗ เป็นจริยธรรมของผู้นำทางการเมือง จริยธรรมของสัตบุรุษ คุณสมบัติของคนดีธรรมของผู้ดี ดังต่อไปนี้

1. อัมมัญญตา ความรู้จักธรรมคือรู้หลักหรือรู้จักเหตุ คือ รู้หลักความจริง รู้หลักการ รู้หลักเกณฑ์ รู้กฎแห่งธรรมตา รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้หลักการที่จะทำให้เกิดผล เช่น ภิกษุรู้ว่าหลักธรรมข้อนั้น ๆ คืออะไร มีอะไรบ้าง พระมหากษัตริย์ทรงทราบว่าหลักการปกครองตามราชประเพณีเป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง รู้ว่าจะต้องกระทำเหตุอันนี้ ๆ หรือกระทำตามหลักการข้อนี้ ๆ จึงจะให้เกิดผลที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายอันนั้น ๆ เป็นต้น

2. อัถถัญญตา ความรู้จักอรรถคือรู้ความมุ่งหมายหรือรู้จักผล คือ รู้ความหมาย รู้ความมุ่งหมาย รู้ว่าหลักธรรมหรือภิกษุข้อนั้น ๆ มีความหมายว่าอย่างไร หลักนั้น ๆ มีความมุ่งหมายอย่างไร กำหนดไว้หรือพึงปฏิบัติเพื่อประสงค์ประโยชน์อะไร การที่ตนกระทำอยู่มีความมุ่งหมายอย่างไร เมื่อทำไปแล้วจะบังเกิดผลอะไรบ้าง ดังนี้ เป็นต้น

3. อัถตัญญตา ความรู้จักตนคือรู้ว่าเรานั้นว่าโดยฐานะ ภาวะ เพศ กำลัง ความรู้ ความสามารถ ความถนัด และคุณธรรม เป็นต้น บัดนี้เท่าไรหรืออย่างไรแล้วประพฤติให้เหมาะสมและรู้ที่จะแก้ไขปรับปรุงต่อไป

4. มัตตัญญตา ความรู้จักประมาณคือความพอดี เช่น ภิกษุรู้จักประมาณในการรับและบริโภคปัจจัย 4 ฤกษ์สัจจักประมาณในการใช้จ่ายโภคทรัพย์ พระมหากษัตริย์รู้จักประมาณในการลงทัณฑ์อาชญาและในการเก็บภาษี เป็นต้น

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

5. กาลัญญตา รู้จักกาลคือกาลเวลาอันเหมาะสม คือ รู้ระยะเวลาที่ควรหรือต้องใช้ในการประกอบกิจการหน้าที่การทำงานหรือปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น ให้ตรงเวลา ให้เป็นเวลา ให้ทันเวลา ให้พอเวลา ให้เหมาะสมเวลา เป็นต้น

6. ปริสัญญตา ความรู้จักบริษัทคือรู้จักชุมชนและรู้จักที่ประชุม คือ รู้จักกิจการที่ประพุดต่อชุมชนนั้น ๆ ว่าชุมชนนี้เข้าไปหาจะต้องทำกิจการอย่างนี้จะต้องพูดอย่างนี้ ชุมชนนี้ควรสงเคราะห์อย่างนี้ เป็นต้น

7. ปุคคลัญญตา ความรู้จักบุคคลคือความแตกต่างแห่งบุคคลว่าโดยอัธยาศัย ความสามารถ และคุณธรรม เป็นต้น ใคร ๆ ยิ่งหรือหย่อนอย่างไร และรู้ที่จะปฏิบัติต่อบุคคลนั้น ๆ ด้วยดีว่าควรจะคบหรือไม่จะใช้จะตำหนิจะยกย่องและแนะนำสั่งสอนอย่างไร เป็นต้น (พระมหานรินทร์ สุรบุญโญ (เอมพันธ์), 2563 : 72-73)

สัปปุริสธรรม ๗ เป็นจริยธรรมของผู้นำเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาแก้ปัญหาจริยธรรมของนักการเมืองการปกครองเนื่องจากเป็นหลักธรรมสำหรับนักการเมืองการปกครองที่ดีต่อนักการเมืองการปกครองและผู้บริหารบ้านเมืองระดับต่าง ๆ ผู้นำที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีหลักธรรมของผู้นำที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามที่ได้วางเป้าหมายเอาไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คือ ผู้นำจำเป็นจะต้องรู้จักเหตุ รู้จักผล รู้จักตน รู้จักประมาณ รู้จักกาล รู้จักชุมชน และรู้จักบุคคล สัปปุริสธรรม ๗ ประการนี้เป็นจริยธรรมที่มีความจำเป็นต่อผู้นำในการทำหน้าที่ให้สำเร็จได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

สรุป

จริยธรรมเกิดจากความรู้อันบุคคลรู้และเข้าใจถึงธรรมชาติของความจริง ๆ เขาก็จะไม่กระทำความชั่วหรือกระทำความผิด แต่เนื่องจากบุคคลไม่รู้จึงต้องกระทำชั่ว เพราะว่าธรรมชาติของมนุษย์นั้นไม่มีใครที่ตั้งใจทำชั่วหรือกระทำความผิด แต่ที่เขากระทำความผิดนั้นก็เพราะเขาไม่รู้ ดังคำที่กล่าวว่า จริยธรรมคือความรู้ ฉะนั้นความรู้จึงหมายถึงความมีเหตุผลของบุคคล ดังนั้นความรู้จึงเป็นรากฐานของจริยธรรมเป็นเรื่องที่กล่าวถึงความดีสูงสุด เช่น ความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตให้อยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วยความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของคนที่มีต่อตนเองต่อผู้อื่นและต่อสังคมนั้นเอง จริยธรรมเป็นผลมาจากความคิดที่สังคมหรือบุคคลเห็นร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่ดี คือ เป็นกฎเกณฑ์หรือหลักแห่งการประพฤติปฏิบัติที่แต่ละสังคมสร้างขึ้นและต้องเป็นที่ยอมรับของทุกคนในสังคม เป็นหลักแห่งความประพฤติปฏิบัติจากการกระทำทางกาย วาจาที่ใช้เจรจาหรือแม้กระทั่งความคิดที่สามารถแยกแยะเหตุผลชั่วดีคุณโทษประโยชน์และมิใช่ประโยชน์ล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์สุขของชุมชน สังคม และประเทศชาติโดยส่วนรวม โดยเฉพาะผู้นำจึงจำเป็นจะต้องปกครองตนเองให้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องดีงามจนเป็นแบบอย่างที่ดีหรือที่เรียกว่ามีจริยธรรม

ดังนั้นผู้นำจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ คือ 1. ธัมมัญญตา รู้จักเหตุ คือ รู้จักหลักการรู้หน้าที่ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นธรรม 2. อัถัญญตา รู้จักผล คือ รู้จักจุดมุ่งหมาย รู้ผลแห่งความมุ่ง 3. อัถตัญญตา รู้จักตน คือ รู้จักตนเองว่ามีคุณสมบัติอย่างไร แก้ไขปรับปรุงจุดอ่อนของตนพัฒนาจุดแข็งและดำรงตนเป็นแบบอย่างที่ดี 4. มัตตัญญตา รู้จักประมาณ คือ รู้จักความพอเพียง และรู้จักประมาณตนในการแสวงหา 5. กาลัญญตา รู้จักกาล คือ รู้จักเวลา กล่าวตัดสินใจ ทำงานให้ทันกับเวลา และรู้คุณค่าของเวลา 6. ปริสัญญตา

รู้จักชุมชน คือ รู้จักวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนนั้น ๆ โดยความแตกต่างทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อและค่านิยมของชุมชน และ 7. บุคคลัญญาตา รู้จักบุคคล คือ รู้จักประเภทของบุคคลว่าควร จะปฏิบัติต่อเขาอย่างไรให้ถูกต้องเหมาะสม มีความเคารพต่อผู้ใหญ่ เมื่อผู้นำมีจริยธรรมคือความรู้ดังที่กล่าวมานี้ ประโยชน์สุขย่อมเกิดขึ้นแก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติได้อย่างแน่นอน

บรรณานุกรม

- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). **พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2541). **แนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมที่เน้นความมีวินัยและความเป็นประชาธิปไตย**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- กীরติ บุญเจือ. (2522). **สารานุกรมปรัชญา**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2561). **ปรัชญาเบื้องต้น**. พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชัยวัฒน์ อัตพัฒน. (2520). **จริยศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2550). **รายงานการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมในประเทศไทยและต่างประเทศ**. รายงานวิจัยเงินทุนอุดหนุนจากศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้สังคมมหาชน.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2524). **พฤติกรรมศาสตร์เล่ม 2 : จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- เดือน คำดี. (2534). **พุทธปรัชญา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ธนภัทร จันทร์เรือง. (2556) **ความคิดเห็นของข้าราชการกรุงเทพมหานครต่อจริยธรรมของนักการเมืองท้องถิ่น**. รายงานวิจัยสำนักวิจัยเกษตรศาสตร์: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญมี แทนแก้ว. (2541). **จริยธรรมกับชีวิต**. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- ประภาศรี สีหอำไพ. (2540). **พื้นฐานการศึกษาทางศาสนาและจริยธรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระครูรัตนสุตากร (ปราโมทย์ ล่องแก้ว) และคณะ. (2563). **การพัฒนาการเมืองตามหลักพุทธธรรม**. วารสารมหาจุฬานาครทรรณ, ปีที่ 7 ฉบับที่ 10 ประจำเดือนตุลาคม, หน้า 32-43.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). (2541). **คุณธรรมสำหรับนักบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). (2545). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์**. กรุงเทพมหานคร: สื่อตะวัน. (2541). **พุทธธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พระมหานรินทร์ สุรพลโย (เอมพันธ์). (2563). การประยุกต์หลักพุทธจริยธรรมเพื่อพัฒนาจริยธรรมทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองในจังหวัดชัยภูมิ. ปรัชญาคุษฎีบัณฑิตสาขาวิชารัฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วิทย์ วิศทเวทย์. (2528). จริยศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

วิโรจ นาคชาติ และคณะ. (2548). ปรัชญาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วสิน อินทสระ. (2549). พุทธจริยศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมดา.

สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2550). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

แสง จันทร์งาม. (2526). วิธีสอนของพระพุทธเจ้า. กรุงเทพมหานคร: กมลการพิมพ์.

ไสว มาลาทอง. (2542). การศึกษาจริยธรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.

ภาคผนวก

การเตรียมบทความ

1. ส่วนประเภทของบทความที่ลงตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการแสงอีสาน ตีพิมพ์บทความประเภทต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 บทความพิเศษ บทความทางวิชาการพิเศษ ที่เสนอเนื้อหาความรู้วิชาการอย่างเข้มข้นและผ่านการอ่านและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นๆ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักวิชาการในวงการวิชาการ/วิชาชีพ
 - 1.2 บทความทางวิชาการ ที่เสนอเนื้อหาความรู้ วิชาการ มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนิสิต นักศึกษาหรือประชาชนทั่วไป
 - 1.3 บทความวิจัย (Research Article) ได้แก่รายงานผลงานวิจัยใหม่ที่มีองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ซึ่งไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดๆมาก่อน
 - 1.4 บทความปริทรรศน์ (Review Article) เป็นบทความที่รวบรวมความรู้จาก ตำรา หนังสือ และวารสารใหม่หรือจากผลงานและประสบการณ์ของผู้นิพนธ์มาเรียบเรียงขึ้นโดยมีการวิเคราะห์สังเคราะห์วิจารณ์เปรียบเทียบกัน

การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการแสงอีสาน

ส่งบทความทางระบบออนไลน์: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsi/>

การตรวจสอบบทความและพิสูจน์อักษร

ผู้นิพนธ์ควรตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของบทความที่วารสาร กำหนด ตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องแน่นอน พร้อมทั้งพิสูจน์อักษรก่อนที่จะส่งบทความนี้ให้กับบรรณาธิการ การเตรียมบทความให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของวารสารจะทำให้การพิจารณาตีพิมพ์มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณาบทความจนกว่าจะได้แก้ไขให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของวารสาร

2.การเตรียมบทความ

บทความต้องเป็นตัวพิมพ์ดีด โดยใช้ชุดแบบอักษร (font) ชนิดไทยสารบรรณ (TH SarabunPSK) ขนาด อักษร 16 จัดกั้นหลังตรง และมีระยะห่างระหว่างบรรทัดหนึ่งช่อง (double spacing) ตลอดเอกสาร พิมพ์หน้าเดียว ลงบนกระดาษพิมพ์สี่ขนาดเอ4 (A4) พิมพ์ให้ห่างจากขอบกระดาษซ้ายกับด้านบน 1 นิ้วครึ่ง และ ด้านขวา กับ ด้านล่าง 0.5 นิ้ว พร้อมใส่หมายเลขหน้ากำกับทางมุมขวาบนทุกหน้า บทความไม่ควรยาวเกิน 15 หน้ากระดาษพิมพ์สี่ โดยนับรวมภาพประกอบและตาราง

3.การพิจารณาและคัดเลือกบทความ

บทความแต่ละบทความจะได้รับพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) 2 ท่านที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อน

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ตีพิมพ์ โดยการพิจารณาบทความจะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อหรือข้อมูลของผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความ (Double – blind peer review)

4. ส่วนบทคัดย่อ (Abstract)

บทคัดย่อควรมีความยาวไม่เกิน 350 คำ โดยแยกต่างหากจากเนื้อเรื่อง บทความวิจัยและบทความปริทรรศน์ต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อภาษาอังกฤษพิมพ์ด้วยอักษร Times New Roman ขนาดอักษร(font) 12 ซึ่งบทคัดย่อควรเขียนให้ได้ใจความทั้งหมดของเรื่อง ไม่ต้องอ้างอิงเอกสารรูปภาพ หรือตาราง และลักษณะของบทคัดย่อควรประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ (Objective) วิธีการศึกษา (methods) ผลการศึกษา (Results) สรุป (Conclusion) และคำสำคัญ (Key words) ซึ่งควรเรียงเรียงตามลำดับและแยกหัวข้อให้ชัดเจนดังนี้

- วัตถุประสงค์ควรกล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษา
- วิธีการศึกษา ควรกล่าวถึงวิธีการค้นคว้าข้อมูล ระเบียบวิธีวิจัยที่นำมาศึกษา สถิติที่นำมาใช้
- ผลการศึกษา ควรประกอบด้วยผลที่ได้รับจากการค้นคว้าศึกษาและผลของค่าสถิติ (ในกรณีมีการวิเคราะห์)
- สรุป ควรกล่าวถึงผลสรุปของการค้นคว้าและศึกษา
- คำสำคัญ ควรมีคำสำคัญ 2-6 คำ ที่ครอบคลุมชื่อเรื่องที่ศึกษา และจะปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยต้องจัดเรียงคำสำคัญตามตัวอักษร และค้นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค (;) หรือ (.)

5. ส่วนเนื้อเรื่อง(Context) ควรประกอบด้วย

5.1 บทนำ (Introduction) เป็นส่วนกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) ข้อมูลจากรายงานวิจัย ความรู้และหลักฐานต่าง ๆ จากหนังสือหรือวารสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาและกล่าวถึงเหตุผลหรือความสำคัญ ของปัญหาในการศึกษาครั้งนี้ สมมติฐานของการศึกษา ตลอดจนวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ชัดเจน

5.2 วิธีการศึกษา (methods) กล่าวถึงรายละเอียดของวิธีการศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และวิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งสถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

5.3 ผลการศึกษา (Results) เป็นการแสดงผลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ควรจำแนกผล ออกเป็นหมวดหมู่และสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการบรรยายในเนื้อเรื่องและแสดงรายละเอียดเพิ่มเติมด้วยภาพประกอบ ตาราง กราฟ หรือแผนภูมิ ตามความเหมาะสม

5.4 การอภิปรายผล (Discussion) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ของผู้นิพนธ์ นำมาเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้อื่น เพื่อให้มีความเข้าใจหรือเกิดความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนั้น รวมทั้งข้อดี ข้อเสียของวิธีการศึกษา เสนอแนะความคิดเห็นใหม่ ๆ ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็น แนวทางที่จะนำไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์

5.5 ข้อเสนอแนะ (Suggestion) การแนะนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

5.6 กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)(ถ้ามี) เป็นส่วนที่กล่าวขอบคุณต่อองค์กร หน่วยงาน หรือบุคคล ที่ให้ความช่วยเหลือร่วมมือในการวิจัย รวมทั้งแหล่งที่มาของเงินทุนวิจัย และหมายเลขของทุนวิจัย

5.7 เอกสารอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบนามปี (APA STYLE) เป็นการทำการรายการ เอกสารอ้างอิงหรือคำอธิบายเพิ่มเติมที่อยู่ต่อบทความในแต่ละบทความซึ่งมีรูปแบบการเขียนอ้างอิง แตกต่างกันตามประเภทของเอกสารหรือแหล่งที่ใช้อ้างอิง ดังนี้

การอ้างอิงแบบนามปี(APA Style)

1. หนังสือ

1.1 คัมภีร์พระไตรปิฎกหรือหนังสือสำคัญพิมพ์เป็นชุด ให้อ้างอิงย่อคัมภีร์.เล่ม/ชื่อ/หน้า. และให้วงเล็บคำว่า (บาลี) ไว้หลังคำย่อในกรณีที่ใช้พระไตรปิฎกฉบับ ภาษาบาลีหรือวงเล็บคำว่า (ไทย) ไว้หลัง คำย่อในกรณีที่ใช้พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ตัวอย่าง เช่น 1ชุ.ชา. (บาลี) 27/855/191

หนังสือ ผู้แต่ง,ปีที่พิมพ์, ชื่อเรื่อง,สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์,หน้า. ตัวอย่างเช่น พระพรหม บัณฑิต (ประยูร ธรรมจิตโต).(2557).วิธีบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์ สมัยใหม่,กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย:หน้า 15.

ศิโรตต น ภาคสุวรรณ และศิริลักษณ์ ไชยรังสี.(2544).หลักระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง:หน้า 145-146.

ภาสกร ดอกจันทร์, สุรพล พรหมกุล และสุบัน โยทุม.(2552). รัฐศาสตร์เบื้องต้น เลย : รุ่งแสงธุรกิจการ พิมพ์:หน้า 80.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ และคณะ.(2552). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร: สหพรหมการพิมพ์: หน้า 100.

Venerable Dr. W. Rahula.(2004). What the Buddha Taught.Bangkok.Haw Trai Printing:p. 69.

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

วารสาร

ผู้เขียน,ปีที่พิมพ์, “ชื่อบทความ”, ชื่อวารสาร, เล่มที่หรือปีที่ (เดือน ปี) : หน้า.

ตัวอย่างเช่น พระครูปริยัติธรรมวงศ,ดร.,(2558). การเปรียบเทียบจริยศาสตร์ในพระพุทธศาสนาเถรวาทกับแนวคิดของเพลโต,วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 มกราคม-เมษายน 2558 : หน้า 155-158.

Sarah Grace Prescott.(2015). Will Instructors Save Time Using a Specifications Grading System?, Journal of Microbiology & Biology Education. Vol. 16 No.2 December 2015 : p. 298.

วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์/สารนิพนธ์/รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย, ปีที่พิมพ์, “ชื่อเรื่อง”, ระดับของงาน, หน่วยงานที่รับผิดชอบ : มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างเช่น สุภาวดี หาญสุโพธิ์.(2556).การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์ มหาบัณฑิต , บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สุรพล พรหมกุล. (2558).การสร้างสันติสุขในชุมชนโดยใช้กลไกภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาประเพณีบุญหลวง จังหวัดเลย, รายงานการวิจัย, วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์, ตำแหน่ง (ถ้ามี), วัน เดือน ปี

ตัวอย่างเช่น สัมภาษณ์ พระครูสุวิธานพัฒนบัณฑิต, รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต ขอนแก่น, 10 พฤษภาคม 2556.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง, ชื่อเรื่อง. แหล่งที่มา : [วัน เดือน ปี ที่สืบค้น].

ตัวอย่างเช่นพระธรรมโกศาจารย์(ศ.ดร.ประยูรธมมจิตโต),ธรรมประกาศโนบาแหล่งที่มา:

<http://www.buddhismth.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538970572&Ntype=9>.

(สืบค้นเมื่อ7 กันยายน 2555).

การติดต่อโฆษณาและการสมัครสมาชิก

สำนักงานวารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตอีสาน บ้านโนนชัย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
40000 โทรศัพท์ 043-241495 โทร.085-4082638, แฟกซ์ 043- 242389
Email:piakealexander@yahoo.com.

Online submission: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsi/>

กระบวนการพิจารณาบทความของวารสารวิชาการแสงอีสาน

ประชาสัมพันธ์	ประชาสัมพันธ์ - ทุกหน่วยงานในมหาวิทยาลัย - สถาบันอุดมศึกษาในประเทศ	
รับผลงาน	เจ้าของผลงานส่งผลงานทางวิชาการ/วิจัย มายังกองวารสาร(เข้าสู่ระบบวารสารออนไลน์ https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsi/)	
	เสนอกองบรรณาธิการ	1 วัน
	พิจารณาผู้ทรงคุณวุฒิอ่านผลงานทางวิชาการ/วิจัย	1 วัน
	ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิอ่านผลงานทางวาจา	1วัน
	ส่งหนังสือนำขอความอนุเคราะห์พิจารณาผลงาน โดยแนบ บทความทางวิชาการ/วิจัย พร้อมลบบรายชื่อผู้เขียนออก 1 ชุด แบบประเมินวารสาร 1 ชุด	2 วัน
	ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านประเมินผลงานทางวิชาการ/วิจัย	14 วัน
	- ผ่าน (กองบรรณาธิการจัดทำรูปแบบให้เป็นไป ตาม format)	5 วัน
	- ผ่านแบบมีเงื่อนไข (ส่งคืนผู้เขียนปรับแก้ไขและตรวจสอบการอ้างอิงตามAPA)	15 วัน
	- ไม่ผ่าน แจ้งผู้เขียนทราบบ (Reject)	5 วัน
ผู้เขียนส่งคืนกองบรรณาธิการ	15 วัน	

ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

วารสารวิชาการแสงอีสาน

ชื่อ(Name).....นามสกุล(Surname).....

ที่อยู่(Address).....

โทรศัพท์(Telephone).....Email:.....

มีความประสงค์จะขอรับสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการแสงอีสาน

() สมาชิกประเภทรายปี 200 บาท (จำนวน 2 เล่ม) () เล่มละ 100 บาท

กรุณาส่งหรือโทรสารมาที่

สำนักงานวารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยวิทยาเขตอีสาน บ้านโนนชัย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

40000 โทรศัพท์ 043-241495 โทร.085-4082638, แฟกซ์ 043- 242389

ส่งบทความออนไลน์: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsi>

การตั้งค่าน้ำกระดาษ A4

ระยะขอบ

ด้านบน 4.5 ซม. ด้านล่าง 4.01 ซม.

ด้านซ้าย 3.81 ซม. ด้านขวา 3.81 ซม.

การเตรียมต้นฉบับสำหรับการเขียนบทความวิจัย

ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาดตัวอักษรแบบ TH sarabun PSK ขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวหนา

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ.....

ชื่อผู้นิพนธ์

ชื่อผู้ร่วมนิพนธ์

บทคัดย่อภาษาไทย

(ขนาดขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวธรรมดา

TH SarabunPSK

ย่อหน้า 1.5

ซม.



.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ:.....

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

(ขนาดขนาด 12 พ้อยท์ (Points) ตัวธรรมดา Times New Roman

ย่อหน้า 1.5 ซม



.....

.....

.....

.....

.....

Keywords:.....

1.บทนำ (ขนาดขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวหนา)

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

ย่อหน้า 1.5 ซม
.....
.....

2. วัตถุประสงค์ ของการวิจัย

1.
2.
3.

3. วิธีดำเนินการวิจัย

.....
.....
.....

4. สรุปผลการวิจัย

.....
.....
.....

5. อภิปรายผลการวิจัย

.....
.....
.....

6. ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....

7. กิตติกรรมประกาศ(ถ้ามี)

.....
.....
.....

บรรณานุกรม

1. ภาษาไทย

(1) หนังสือ :

.....
.....

(2) วารสาร :

.....
.....

(3) วิทยานิพนธ์ / ดุษฎีนิพนธ์ / สารนิพนธ์ / รายงานการวิจัย :

.....
.....

(4) สัมภาษณ์

.....
.....

(5) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

.....
.....

2. ภาษาอังกฤษ

(1) Book :

.....
.....

(2) Journal :

.....
.....

(3) Thesis/Dissertations/Research report :

.....
.....

(4) Interview :

.....
.....

(5) Website :

.....

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

การตั้งค่าน้ำกระดาษ A4

ระยะขอบ

ด้านบน 4.5 ซม. ด้านล่าง 4.01 ซม.

ด้านซ้าย 3.81 ซม. ด้านขวา 3.81 ซม.

การเตรียมต้นฉบับสำหรับการเขียนบทความวิชาการ

ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาดตัวอักษรแบบ TH sarabun PSK ขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวหนา

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ.....

ชื่อผู้พิมพ์

บทคัดย่อภาษาไทย

(ขนาดขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวธรรมดา)

ย่อหน้า 1.5 ซม.



.....

.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ:.....

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

(ขนาดขนาด 12 พ้อยท์ (Points) ตัวธรรมดา Times New Roman)

ย่อหน้า 1.5 ซม.



.....

.....

.....

.....

Keywords:.....

1. บทนำ (ขนาดขนาด 16 พ้อยท์ (Points) ตัวหนา)

ย่อหน้า 1.5 ซม
.....
.....

2. เนื้อหา

(1)

(2)

(3)

3. สรุป

.....
.....
.....

4. ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....

บรรณานุกรม

1. ภาษาไทย

(1) หนังสือ :
.....
.....

(2) วารสาร :
.....
.....

(3) วิทยานิพนธ์ / ดุษฎีนิพนธ์ / สารนิพนธ์ / รายงานการวิจัย :
.....
.....

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

(4) สัมภาษณ์

.....
.....

(5) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

.....
.....

2. ภาษาอังกฤษ

(1) Book :

.....
.....

(2) Journal :

.....
.....

(3) Thesis/Dissertations/Research report :

.....
.....

(4) Interview :

.....
.....

(5) Website :

.....
.....